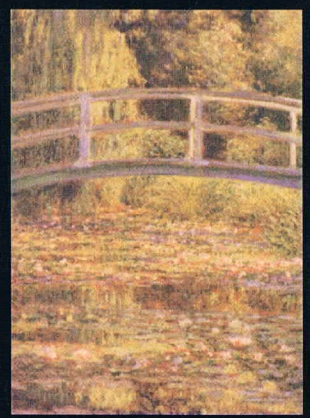
LIBFOTO

SINTEZE

# GLOBALIZARE ȘI CULTURĂ MEDIA

Adrian Dinu Rachieru



INSTITUTUL EUROPEAN

Cartea a apărut cu sprijinul Ministerului Culturii şi Cultelor.

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României**
**RACHIERU, ADRIAN DINU**
Globalizare şi cultură media/Adrian-Dinu Rachieru – Iaşi: Institutul European, 2003
Bibliogr.
ISBN 973-611-261-6

008

Potrivit Legii nr. 8/1996, a dreptului de autor, reproducerea (parţială sau totală) a prezentei cărţi fără acordul edituriiconstituie infracţiune şi se pedepseşte în conformitate cu aceasta.

© Institutul European Iaşi

Adrian Dinu Rachieru

# GLOBALIZARE ŞI CULTURĂ MEDIA

BLS 7 zile
Inv. 225726/2008
Cota II 37010
Universitatea din Bacău
178135

INSTITUTUL EUROPEAN
2003

## CUPRINS

ARGUMENT. „EVUL MEDIA" ŞI CULTURA MEDIA / 6

CE ESTE CULTURA MEDIA? / 12

COMUNICARE ŞI MANIPULARE ÎN SOCIETATEA MEDIATICĂ / 30

LIMBAJUL DE LEMN ŞI DISCURSUL MEDIATIC / 50

CULTURĂ ŞI „IRADIERE" IDEOLOGICĂ / 70

„MCWORLD" ŞI ALERTA IDENTITARĂ / 85

POSTMODERNISM ŞI POSTMODERNITATE / 96

GLOBALIZARE ŞI NEO-TRIBALISM / 121

SINUCIDEREA AMERICII? / 134

CULTURA MEDIA – O SUBCULTURĂ? (Câteva întrebări) / 150

ARGUMENT

# *„EVUL MEDIA" ŞI CULTURA MEDIA*

„Devenim ceea ce percepem."
(*M. McLuhan*)

Sub pecetea epocii pe care o traversăm, confuză şi crizistă, generînd avalanşa angoaselor postmodernităţii, *„hibridarea culturală a omului global"*, cum scria Z. Bauman (1, p. 106), nu ni se pare o falsă alarmă în contextul proliferării haotice a *comunicării mediate*. Mai ales că noi purtăm o *dublă identitate*, codul cultural fiind, observa cîndva E. Morin (2, p. 181), echivalentul sociologic al codului genetic. Şi, dacă influenţa asupra „stocului ereditar" nu poate fi tăgăduită, e indiscutabil că substituţia nici nu poate fi gîndită, chiar mărşăluind spre o unică civilizaţie (*world culture*). În pofida uriaşei audienţe, a bombardamen-tului informaţional sufocînd planeta, mijloacele de comunica-re în masă „fabrică", s-a zis, *non-comunicare: feed-back*-ul e anemic, interacţiunea comunicativă slăbeşte pe măsură ce ne instalăm, deloc confortabil, în Evul Media (3). Fenomenul mediatic, deschizînd accesul „la lume", transformă realitatea în „fenomen discursiv", fabulatoriu, scenarizat, spectacularizat. Evident, nimeni nu ar putea nega rolul media în fortificarea modernităţii, devenind acum, în lumea simultaneităţii, mediu de existenţă (mod de viaţă), modelînd organizarea socială şi confiscînd, hedonistic, cotidianul, punînd în joc exersatele tactici ale seducţiei. Şi, în acelaşi timp, observînd că suprainformarea coexistă cu dezinformarea, că rezistă întinse zone de „subdezvoltare comunicaţională" prin distribuţia inegală a puterii şi a resurselor, că, în fine, difuzarea, chiar





planetară fiind (prin globalizarea pieţelor), ascultă orbeşte, o dată cu creşterea presiunii competiţionale, de logica vitezei şi a profitului. Intră, aşadar, în cursa frenetică a consumului, bucurîndu-se de o largă penetranţă şi adresabilitate. Devenind însă comercială, epidermică şi „culinaristică", propunînd – pe suportul *high-tech* – un şuvoi de modele şi imagini-ghid, sfîrşind prin a infantiliza publicul, îndobitocit prin *soap-operas* şi publicitate stupidă. Şi, dacă Terry Eagleton visa la o improbabilă cruciadă morală, J. Baudrillard nu ezita să observe că, „fantasmatică" azi, comunicarea este „victima unui exces de comunicare". Dar cultura comercială îl îngrijora pe Leavis încă din anii '30, dînd tonul preocupărilor de *Cultural Studies* prin grupul din jurul revistei *Scrutiny*. Din păcate, globalizarea mediatică, plonjînd în simultaneism, nu înseamnă şi restituirea / receptarea unei „societăţi comunicative": animalul media („omul terminal") este o „maşină de privit", captiv al culturii media, de rang mediu şi de extensie planetară. Televizorul este medium-ul predilect într-un univers „dilatat". S-ar părea că C.W. Mills nu s-a înşelat cînd anunţa, cumva profetic: „istoria care îl afectează în prezent pe fiecare om este istoria mondială". Şi, dacă sub trend-ul mondializării, difuzarea este, inevitabil, supranaţională (civilizaţia fiind, astfel, o expansiune exterioară a culturii), comunicarea globală ne face părtaşi la un insidios neocolonialism cultural (Michel de Certeau), sincronizarea însemnînd, îndeosebi, un cosmopolitism ieftin, păgubos, culturaliceşte alienant (4, p. 141).

Se poate însă vorbi de o cultură globală? Există, neîndoielnic, evenimente mediatice cu impact emoţional la scara Planetei, există un capital nomad şi trusturi transnaţionale erodînd rolul statelor-naţiune (cazul grupului Time-Warner, de pildă, care se vrea o „entitate planetară"), circulă în lume elite „infidele", afişînd – vorba lui Jonathan Friedman – o „identitate cosmopolită", ne mişcăm într-o „junglă fabricată" (A. Giddens) şi ne ameninţă, pe fundalul relativismului dizolvant al postmodernismului, păcatul greu

al uniformizării şi al insecurităţii. Globalizarea marginalizează două treimi din populaţia lumii, şi civilizaţia noastră, departe de a fi „un tot", pare frisonată de întrebări neliniştitoare. Cine gestionează procesul şi care sînt costurile globalizării? N-a scăpat oare el de sub control sub presiunea „forţelor anonime" (G.H. von Wright), instaurînd – ca să preluăm sintagma lui Kenneth Jowitt – *noua dezordine mondială*? Incertitudinile de azi, în acumulare galopantă, intră în conflict cu globalismul visător, favorizînd tocmai tranzienţa (A. Toffler), dezinserţia, dezorientarea; adică dizolvarea lumii reale sub promisiunea „transparentizării" într-un univers fantasmatic. O lume parcelată şi excitată, aşadar, care stimulează, iresponsabil, reflexul consumerist. Societatea de consum îşi seduce clienţii şi inventează exponenţial trebuinţe; cultura însăşi devine o *cultură de piaţă.*

Iată cîteva premise anxioase, de la care pornind angajăm o discuţie inevitabil polemică. Ea se vrea critică în contextul „neo-analfabetismului TV", fără pretenţia (hilară, dealminteri) de a propune propoziţii definitive, de neclinlit. Ştim prea bine, pe urmele lui Braudel, că timpul scurt este „cea mai înşelătoare dintre durate". Iar epoca noastră, incapabilă de a-şi gestiona crizele, înaintînd orbeşte în viitor, se confruntă dramatic cu ceea ce s-a numit „guvernanţa problemelor globale". Globalismul civilizaţiei şi varietatea culturilor, rămînînd „marea sursă a identităţii" (5, p. 14), suportă relaţia tensională, divergenţa dintre mondializare şi localizare (atomizare). O nouă autarhie este, certamente, imposibilă, omenirea „spărgîndu-se", totuşi, în grupuri şi regiuni (5, p. 13), departe de a-şi defini obiectivele şi de a-şi cîştiga coerenţa unei strategii pe termen lung, oferindu-i identitate şi sens. Într-o epocă fluidă, singurul sens globalizant pare a fi *uniformizarea consumului.* „Prinsă" în năvodul reţelelor informatice, tehnice, financiare şi comunicaţionale, omenirea a conştientizat *puterea media.* Or, producţia de mesaje a devenit o adevarată industrie culturală. Să aibă ea doar un rol narcotizant, înţelegînd că ceea ce ni se oferă sub eticheta de cultură de masă (pentru mase) funcţionează ca sistem propriu, nu doar cumulînd efectele





nijloacelor de informare? Oricum, dacă media au remodelat societatea şi sensibilitatea generaţiilor, transformînd comunicarea într-un „fenomen de civilizaţie totală", şi celelalte media se redefinesc brutal în raport cu TV. Fiindcă dictatura audio-vizualului în societatea mediatică, locuind în păienjenişul multimedial, este o evidenţă, sfidînd diatribele antitehnologiste; saltul de la logocentrism la imagocentrism înseamnă accesul la un limbaj universal, placat, e drept, pe fundamentalismul pieţei. Leo Bogart, încă din 1956 (v. *The age of television*), avertiza că expansiunea TV (teletropismul) înseamnă şi invazia culturii „de mijloc". Microbul TV generalizează „sindromul de duminică" (G. Friedman) şi ne invită în societatea „de spectacol" (Guy Debord). Or, spectacolul mediatic, sub aparenţa omogenizării, ne condamnă la sedentarizare. Şi, să nu uităm, TV (văzut de unii ca drog) este un mass-medium prin excelenţă non-selectiv (Noelle Neumann). Iar mass-media trebuie înţelese ca „mediatori universali" (Edgar Morin, 1962), „prescriind" lumea de azi.

Dacă Marshall McLuhan, nume la modă cîndva, printr-un „celebru aforism"[1] (*cf.* Francis Balle), a răsturnat metaforic perspectiva şi a impus, şocant, paradigma tehnologică (obligînd la regîndirea problematicii media), reabilitarea lui (fără a subscrie la etapizarea propusă, marşînd pe ipoteza – dubioasă – a omogenităţii epocilor) rămîne o sarcină nerezolvată. El trebuie „luat în serios" (Elizu Katz). Paul Levinson a încercat să fixeze locul influentului teoretician în „era digitală", notînd că afirmaţia care a făcut carieră a fost, din păcate, „deformată de toată lumea" (6, p. 15). E drept, cel considerat de Tom Volfe (1965) „unul dintre marii gînditori ai umanităţii" a fost aprig controversat şi mai puţin citit: prin analogiile sale provocatoare, metaforele încetoşate şi dezordinea demonstraţiei, întreţinînd un „flux de ambiguităţi" (E. Morin), a stîrnit numeroase reacţii critice.

[1] „Medium-ul este mesajul", într-un obscur raport (1960), trecînd imediat ca titlu proeminent al primului capitol din *Understanding media* (1964).

Or, McLuhan nu vroia să explice, ci „să exploreze", cum s-a justificat repetat (6, p. 36); dar aici persista o neînţelegere, preluată inerţial şi perpetuată vinovat. Nu se punea problema de a ignora substanţa (conţinutul) o dată cu trecerea de la „spaţiul acustic" la „spaţiul vizual", ci de a apăsa asupra impactului (ciclului de viaţă) unui nou mijloc în procesul comunicaţional, apt de a reconfigura Istoria, remodelînd societatea. McLuhan vorbea de „trei ere comunicaţionale", predominanţa unui medium fiind, se ştie, criteriul periodizant (era tribal-orală, cea tipografică şi cea a circuitului electronic). Nu e aici locul de a-i discuta opera şi de a stărui asupra uriaşei sale influenţe, după cum, reparatoriu, ar trebui redescoperiţi „strămoşii" săi ideatici (uitatul Harold Innis, în primul rînd). Cert e însă că limbajele noilor media provoacă, direct şi indirect, un cumul de efecte, schimbînd sensibilitatea umană; implicit, modul nostru de a percepe şi de a asimila lumea, cîtă vreme L. Mumford era de părere că schimbarea raportului dintre simţuri provoacă o *revoluţie culturală.*

Dar lumea de azi, considerată de un Samuel T. Huntington ca pluricivilizaţională, ascunzînd falii culturale şi inevitabile conflicte în scenariile noului secol, se îndreaptă, totuşi, spre o civilizaţie globalizantă. „Civilizaţia e universală", spunea demult Paul Ricoeur (v. *Civilisation universelle et cultures*, Éd. du Seuil, 1955) şi, probabil, niciodată mai acut ca în zilele noastre omenirea n-a avut senzaţia de „întreg", de corp unic. Este limpede că această cultură media se dovedeşte un eficient agent al globalizării[2]. Cu observaţia că ea promovează şi încurajează, cum s-a spus, *subcultura fără frontiere.* Dacă piaţa devine instanţa supremă, şi discuţia se poartă doar în termeni de audienţă (*rating*), garantînd succesul comercial, degradarea gustului

[2] Termenul de *globalizare*, pătruns în dicţionarul *Webster* în 1961, a cunoscut o formidabilă carieră. Daniel Yergin (*apud* 5, p. 326) propunea însă distincţia dintre *globalizare* ca proces şi *globalitate*, ultimul termen definind lumea noastră, o realitate dincolo de procesul globalizării, încercînd o recuperare a identităţii întregului (conştiinţa planetară).





public prin invazia divertismentului e o consecinţă inevitabilă. Mai mult, televizorul – afirma acuzator P. Bourdieu – e o formă pernicioasă de violenţă simbolică.

Sub umbrela universalului, prin transferabilitate şi accesibilitate, cultura media pare a submina nevoia de apartenenţă (protejînd identitatea). Ofertei fragmentariste în decor postmodern, iscînd atîtea conflicte identitare, îi răspunde uniformizator, aplatizant-axiologic, sfidînd multiplicitatea culturilor şi impunînd impetuoasa „civilizatie catodică" (deopotrivă scop şi mijloc). Să fie oare adevărat, cum spunea cineva, că, după un inchizitorial Ev Mediu catholic, am păşit într-un Ev Mediu catodic, sărăcind umanul? Globalizarea mediatică (ca „industrializare secundă", cum a şi fost definită) înseamnă, într-un sens, reîntoarcerea la tribalism. *Satul planetar*, anunţat profetic de McLuhan, s-a ivit, iar rolul media a fost decisiv. Iată, aşadar, că mass-media nu reprezintă doar un vehicul cultural, ci chiar produc o nouă cultură. Va înlocui ea (fraudulos) Cultura?

NOTE:

1. Zygmund Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Editura Antet, Bucureşti, 1999; traducere de Marius Conceatu.
2. Edgar Morin, *Paradigma pierdută: natura umană*, Editura Universităţii „Al.I. Cuza", Iaşi, 1999; traducere de Iulian Popescu.
3. Bogdan Ghiu, *Evul Mediu sau omul terminal*, Editura Ideea Design et Print, colecţia Panoptikon, Bucureşti, 2002.
4. Mihai Coman, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iaşi, 1999.
5. Mircea Maliţa, *Zece mii de culturi, o singură civilizaţie (spre geomodernitatea secolului XXI)*, Editura Nemira, Bucureşti, 1998, prefaţă de Ricardo Diez-Hochleitner, preşedintele Clubului de la Roma.
6. Paul Levinson, *Marshall McLuhan în era digitală (Ghid al mileniului informaţiilor)*, Editura Librom Antet SRL, 2001; traducere de Mihnea Columbeanu.

## *CE ESTE CULTURA MEDIA ?*

„Spațiul media este un
mediu cultural înșelător."
(*Douglas Kellner*)

Neîndoielnic, sîntem prinși în vîrtejul unei lumi în schimbare. Viteza acestor transformări îl îndreptățea pe A. Toffler să vorbească de *tranziență*, întărind sentimentul de nepermanență, de insecuritate; de unde și caracterul anxios al epocii, în pofida preceptelor de toleranță, pluralism, hedonism – repetate obsesiv și încă departe de a fi efective. În plus, „transparentizarea" invocată de un G. Vattimo prin erupția mass-media, instantaneizînd și uniformizînd comunicarea, acreditînd *tribalismul planetar* în societatea consumului, fac din pluralismul cultural un „șantier de supraviețuiri" (R. Guideri). Problemele și dilemele epocii sînt amplificate de un „concept extensiv" (firește, postmo-dernismul), indicînd un model care e departe de a stîrni entuziasmul: cel american, negreșit, lumea americană – ne asigură mulți analiști – fiind „așezată confortabil în postmodernitate". Oricum, viața în comunități închise nu mai poate continua. Viitorul este al globalizării.

Trebuie, în același timp, să recunoaștem că *mondializarea* a trezit îngrijorare și, în consecință, a provocat, pe fundalul seismelor bursiere, numeroase reacții de stradă (cazul Seatle, manifestațiile de la Washington, Londra, Tokio, Paris). Procesul ca atare, obiectiv, ireversibil, nu poate fi stopat; dar efectele lui ambivalente sînt evidente. Sloganurile antiglobalizare nu fac distincția dintre *globalizare* și *globalism*. Împotrivirea nu poate da roade.





Concomitent însă, strategii procesului vorbesc de o globalizare „cu față umană", încercînd să echilibreze piața și politicile de protecție socială. Dacă globalizarea se prezintă ca proces obiectiv, este de ordinul evidenței că globalismul conduce la ștergerea diferențelor specifice și erodarea suveranității. Or, companiile transnaționale au doar *interese de piață*. Pe de o parte, nu putem nega binefacerile civilizației pentru „satul planetar" și înțelegem că revoluția tehnologică face absurdă și inutilă împotrivirea. Pe de altă parte însă, mondializarea pune în pericol identitatea națională și ridică serioase semne de întrebare asupra eficienței guvernării (planetare).

Sînt multe voci care cer instaurarea unei lumi multipolare. Riscul ca o superputere (în speță, cea americană) să gestioneze problemele planetei atrage și consecința, de neacceptat, a unui model cultural unic. *Imperialismul globalist* pe care l-ar presupune hegemonismul yankeu, înțelegînd planeta ca o piață, a stîrnit dispute. Recentele discuții, pornind de la ideea federalistă relansată de Joschka Fischer (care vorbea, etapizat, de o Federație a statelor-națiuni), sau, în replică, de un federalism descentralizat, alimentînd tendința centrifugă (ambele însă grefate pe fundalul euroscepticismului), sînt tentative de emancipare de sub tutela americană. Poate că reacțiile antiglobalizare exprimă și interesul pentru localism, promovat de societatea postmodernă. Oricum, satul planetar a devenit o realitate. Riposta autarhică e sortită eșecului, iar cultura mediatică a luat în posesie planeta.

Industriile mass-media, se știe, au în vedere *omul mediu,* încurajînd consumismul (alienarea prin consum). Această nouă cultură, întreținută de erupția mass-media, globalistă prin amploare, standardizată, impunînd un unic model, poate conduce la unidimensionalizare (ca efect): ea

pare nu doar a concura, ci chiar a anihila cultura „tradiţională", înlocuind-o. Economia de piaţă (rîvnită) nu înseamnă şi *societatea de piaţă*, incapabilă să reacţioneze corectiv, blocînd derapajele „culturale" şi stăvilind inundaţia ofertei subculturale. Or, globalizarea – ca strategie – înseamnă, prin democratizarea şi uniformizarea consumului, chiar mediocrizarea culturii.

Dar ce o fi acest „monstru" numit *cultura media*? *Cultura de masă*, văzută de unii (cazul lui P. Brantlinger) ca „un concept apocaliptic", este, indiscutabil, o cultură medie (vezi E. Morin, *L'esprit du temps*, 1962). Dar şi o *cultură media* acum. Produsele media suportă, prin industrializarea producţiei şi generalizarea consumului, o definiţie negativă şi globalizatoare, încărcată cu un sens peiorativ. Afirmată concomitent cu decăderea culturii clasice, noua cultură (mediatică) pare nu doar a o concura, ci chiar a o înlocui. Beneficiind de costuri de acces în scădere, preluînd elemente facile, vandabile, acceptînd standardizarea şi impunînd drept criteriu valoric logica profitului, *cultura mass-media* este – după multe voci, unele autorizate – un surogat. Încît, pe bună dreptate, ne putem întreba: este ea o nouă cultură sau doar o altă tehnologie a comunicării culturale? Sau, poate, este chiar cultura epocii noastre, în extensie planetară.

Vom încerca să schiţăm cîteva posibile răspunsuri, observînd, înainte de orice, că astăzi *comunicarea* a devenit *un fenomen de civilizaţie totală*. Comunicarea de masă (recunoscînd supremaţia televizuală) se bucură de o audienţă largă, eterogenă, dispersată şi anonimă. În plus, circulaţia (difuzarea) e rapidă, uniformizînd şi simplificînd conţinutul. Mai mult, suportul, tehnica, dar şi suma instituţiilor intră – uneori simultan – sub umbrela conceptului (media), conducînd chiar la autonomizarea





cuvîntului, cum nota M. Coman. Iar noile media, în ofensivă, dezvoltă dimensiunea interactivă, anunţînd o nouă eră a comunicării sau, în termenii lui Bernard Lamizet, „o economie generală a comunicării". Ideea convergenţei era lansată, prin 1978, de inginerul Nicholas Negroponte, care sugera apariţia sistemelor *on-line*, anunţînd, prin multimedia, acea „noua galaxie" întrezărită prin TV tematică, reţelele cablate sau „buchetele numerice".

De fapt, mass-media nu impresionează cantitativ (deşi, am văzut, cuprinderea e planetară acum), ci, îndeosebi, prin simultaneism, instaurînd *dictatura instantaneului*. „Era instantaneităţii" înseamnă sincronizarea lumii la pulsul evenimenţial al planetei, posibilitatea desfăşurării Istoriei „în direct", pătrunderea informaţiei în „timpul real" (inaugurate de CNN la mijlocul anilor '80). Altfel spus, asistăm la accelerarea timpului mediatic.

Privind contextual, vom observa că discursul mediatic a cotropit întreaga existenţă; mediatizarea vieţii publice e o observaţie la îndemînă, iar procesul comunicaţional, fie el instituţional ori publicitar, transformă realitatea într-un fenomen discursiv. Ne îndreptăm, potrivit lui Eliseo Veron, înspre o societate în întregime mediatizată: ziarele vor cunoaşte ediţii electronice, tehnica „pull" (navigarea atît de rîvnită de *internauţi)* va face loc, prin conectare, difuzării automate a informaţiilor (principiul „push"). Ceea ce, evident, va adînci asimetria lumii, vorbindu-se deja de info-bogaţi şi de info-săraci.

Din unghiul consumului cultural, televizorul domină suveran sistemul mediatic. Televiziunea a devenit *medium*-ul de referinţă, obligînd celelalte mijloace să descopere strategii de reajustare. Consumul televizual, prin *zapping*, ar favoriza – observau, în 1991, Jean Louis Chabrol şi Pascal Perin – instabilitatea audienţei, dar şi autonomia

(crescătoare) a publicului. În plus, efortul scenarizării, gustul pentru *reality-shows* propun o nesfîrşită hibridare, un joc ambiguu, la frontiera dintre ficţional şi factual. Se vorbeşte despre o „realitate compozită" (Philippe Quéau, 1993), ceea ce zdruncină supremaţia imaginilor analogice, implicit statutul lor indicial. Prin vizualizare, să recunoaştem, poate fi – cu uşurinţă, chiar – falsificată ierarhia evenimentelor. Şi, cum aminteam, integrarea tehnică a suporturilor (idee pentru care pleda, cu aproape trei decenii în urmă, inginerul Negroponte, deja menţionat) marchează sfîrşitul distincţiei tradiţionale dintre cele trei suporturi mediatice. Concomitent, se diluează progresiv clivajele; tipurile de activităţi tradiţional-distincte se întrepătrund acum. Relaţia informaţie / publicitate sau educaţie / divertisment nu mai cunoaşte frontiere rigide. Totul e construit pe calapodul divertismentului, acesta devenind „supra-ideologia" epocii noastre.

Pe bună dreptate, mulţi sociologi au protestat, acuzînd activităţile din timpul liber ca o recădere în „stadiul infantil". O mitologie simplistă s-a instalat, şi omul e redus, astfel, la instinct şi portofel. Aceste grave acuze erau lansate, încă din 1962, de Joffre Dumazedier în *Vers une Civilisation du loisir* (Éd. du Seuil), tot cercetătorul francez notînd că funcţiunile majore ale timpului liber (*Le Loisir*) sînt *solidare.* Adică odihna (ca timp de recuperare), divertismentul (pentru a alunga monotonia) şi dezvoltarea personalităţii există, în grade variabile, în toate situaţiile. Ne permitem să observăm că divertismentul a pătruns masiv, şi oferta culturală e subjugată de această reţetă, vorbindu-se de un *loisir* frenetic. Ritmul *loisir*-ului, opinează unii analişti, pare mai epuizant decît ritmul muncii!

Dar *mass-culture* (sau „a treia cultură"), ca echivalent cultural al societăţii de masă, înseamnă „a doua





colonizare" (Edgar Morin). Pornită ca un masiv curent în SUA, ea s-a aclimatizat pretutindeni şi, prin industrializarea spiritului, prin introducerea vieţii particulare în circuitul comercial, creează „o ciudată noosferă". Ea, nota acelaşi Edgar Morin (în 1962!), tinde să corodeze celelalte culturi, cărora li se adăuga; am zice ca tinde chiar să le înlocuiască. Chiar Edgar Morin părea a fi de acord cu această supoziţie, de vreme ce recunoştea că *mass-culture* este „prima cultură universală din istoria omenirii".

Paradoxul e că *mondializarea mediată* la care asistăm (anunţată de cohorta analiştilor), „beneficiind" de o exploatare comercială, nu iese din ceea ce John B. Thompson numea „miopia prezentului" (1). Din păcate, responsabilitatea globală, conştiinţa acută a interdependenţelor se însoţeşte cu „golirea etică a vieţii publice", cum nota cîndva Habermas. Iar cultura media, universală acum, aliniată divertismentului planetar, nu pare dispusă a fortifica tocmai conştiinţa planetară. Mai mult, în lumea *high-tech*, intruziunile (economice şi culturale) devin inevitabile, chiar dacă „poeţii globalismului" (vezi A. Toffler) deplîng atentatul la suveranitate. Dar, ciudat, culturile „învolburate" ale unor societăţi în eterogenizare galopantă, dezvoltînd economii pe bază cerebrală şi insinuînd ideologii consumeriste, îmbrăţişează marketing-ul „pe particule", segmentînd piaţa. Profeţiile lui A. Toffler anunţau demodarea producţiei de masă, implicit *de-masificarea mass-media.* Fiece individ, beneficiar al unei experienţe mediatice fără precedent şi dezorientat în jungla mediatică, îşi oferă azi propriul mozaic (colaj) cultural, pierzînd sensul întregului. Încît „alfabetizarea" în domeniul criticii media este obligatorie.

Ceea ce-şi propune tocmai Douglas Kellner, recunoscînd puterea mediatică şi spaţiul media ca „mediu cultural înşelător" (2). Inventariind reacţiile teoretice,

recunoscînd febrilitatea concurenţială, chiar excomunicatorie a teoriilor rivale, autorul purcede la o analiză nemiloasă a imagisticii culturale, îndeosebi a „folclorului" american, survolînd un univers binar. Evaluarea şi manipularea merg mînă în mînă pe acest teren „contestat". Iar *lectura* efectelor de manipulare îl obligă la cercetarea cu ochi sociologic a problemelor şi latenţelor lumii contemporane (cu a sa supradoză de *infotainment*) pentru a descifra identitatea consumatoristă în vălmăşagul schimbărilor şi conflictelor care agită scena epocii noastre.

*Textele culturii media* cer (şi grija autorului menţionat pentru „încadrarea coerentă în present" e repetat invocată) o scufundare în *contextele istorice concrete.* D. Kellner se explică pe îndelete, inventariază opiniile „productive" şi ne propune „cîteva ţinte" pentru studiile culturale, sperînd să închege *sinteze de teorie socială critică.* Fiindcă, repetăm, contextualitatea e chiar obsesia analistului. De unde şi abundentele referinţe la rasă, clasă, etnicitate, sexualitate, multiculturalism ş.a. Cum imaginea are un rol-cheie în strategiile epocii, *critica-diagnostic*, pe care o visează şi vizează Kellner, devine o *pedagogie media.* „Artefactele complexe" pe care le pune în circuit industria media nasc efecte ambivalente, contradictorii. Cultura media, ca activitate profund participativă, nu uzează de reprezentări inocente, ci foloseşte vehicule eficiente într-o abundenţă de bunuri şi servicii, la scară populară. Încît astfel de *studii critice*, recunoscînd polaritatea dominaţie / rezistenţă, ne îngăduie să (ne) înţelegem societatea. Adecvarea teoretică ar fi, desigur, prima condiţie. Nu putem invoca la nesfîrşit aşa-zisa *rezistenţă a publicului*, cîtă vreme reproducerea formelor dominante de putere socială e o observaţie la îndemînă. Identificarea cu ideologiile socio-politice (sau mesajele dominante), dincolo de controlul





social, îi îngăduie autorului alte cîteva subtile observaţii: astăzi, *îndoctrinarea* nu e rigidă, tezistă, ci seducătoare, de ventilaţie mentală, cultura de larg consum generînd, prin infantilizare şi manipulare, efecte perverse, erodînd „rezistenţa". Înţelegem de ce, iarăşi, Douglas Kellner cere întîi o percepere contextuală şi apoi, neapărat, o teorie critică a societăţii, într-o lume saturată de mass-media.

*Civilizaţia mass-media* impune o nouă realitate, ecranată, impregnată, în cotidianitate, de ceea ce s-a numit *transconsumism.* După fervoarea întreţinută de „gramatica producţiei" şi remiza ideologică din perioada războiului rece, coerciţia îmbracă acum haina consensului social prin competiţia consumeristă, devenind o hegemonie „neobservată" şi conducînd – prin standardizare – la o omogenizare „furişă" (cum bine s-a spus). Dar indicatorul nivelului de trai, universalizînd – în pofida decalajelor – un stil de viaţă, se însoţeşte cu un anxios sentiment al nepermanenţei (moda, uzura morală a cunoştinţelor etc). „Tapetul electronic" al planetei înseamnă o expunere masivă şi neselectivă, avînd o certă „disfuncţie narcotizatoare" (Paul Lazarsfeld, R.K. Merton). Evident, fluxul comunicaţional, atingînd pragul opulenţei informaţionale, n-ar trebui să se rezume la difuzare, nivelarea culturală marcînd o evidentă regresiune prin coborîrea gustului public, o infantilizare, paralizia spiritului critic şi îngurgitarea „surogatului informaţional". Dacă o asemenea cultură mass-media rămîne doar o excitaţie senzorială şi îşi refuză examenul autocritic, ea produce, indiscutabil, o nouă alienare. În plus, prin *temporalitatea unică* a difuzării instantanee, distanţele îşi pierd semnificaţia, *defizicizarea*

(prin nomadismul elitelor) devine o evidenţă, iar hibridarea, încurajînd o „identitate cosmopolită" (Jonathan Friedman), se transformă într-un proces inevitabil.

În acest context, e lesnicios a observa că difuzarea globalizată a produselor mass-media nu înseamnă doar dispariţia unui mod de viaţă, a celui tradiţional. *Globalizarea comunicării*, dincolo de interesele comerciale „infiltrate", impune, voalat sau explicit, modelul american. De unde şi *teza imperialismului cultural*, lansată de Herbert Schiller (vezi *Mass-Comunications in American Empire*, 1969), cel puţin plauzibilă după „invazia electronică" a SUA, încurajînd motivaţia consumismului, dar considerată, de alţii, rigidă (*cf.* John B. Thompson), în condiţiile reaşezării relaţiilor de putere globală, prin afirmarea corporaţiilor transnaţionale. Oricum, integritatea culturală a societăţilor *slabe* este ameninţată: dar teoria conflictelor culturale nu e de dată recentă, şi hibridarea culturilor nu e un fenomen de ultimă oră. Orice cultură se hrăneşte şi cu valori preluate (din exterior), dislocînd tradiţia şi alterînd moştenirea culturală. Ceea ce şochează astăzi ar fi proporţiile fenomenului şi sensul său unidirecţional, alimentînd vectorul americanizării. De unde şi suspiciunea ivirii unei monoculturi tiranice (Planeta Hollywood), vehiculînd o simbolistică tentantă, accesibilă, de mare „vizibilitate" şi preluînd, prin maşinăria publicitară, o ofertă simplificată, standardizată, eşuînd în „teza McDonaldizării" (George Ritzer) sub tăvălugul globalizării.

Era globalizării speculează, pe de o parte, reflexul consumerist (seducînd clienţii şi inventînd avalanşa trebuinţelor), iar, pe de altă parte, potenţează incertitudinea postmodernă. Conceptul ca atare nu împărtăşeşte soarta cuvintelor „la modă", pendulînd între incantaţie magică sau opacitate. El anunţă un proces inevitabil, în marş,





prefigurînd un destin implacabil (3, p. 5), deja o realitate pentru sfera economiei, a finanţelor şi a comunicaţiilor, cerînd (prin micşorarea spaţiului) viteză şi mobilitate. Să observăm că această globalizare economică din prezent coexistă cu fragmentarea politică, integrarea şi parcelarea redistribuind suveranitatea, fiind procese complementare (3, p. 75), favorizînd – în noile condiţii – un „transfer de anxietate" (3. p. 122). Pe bună dreptate, Z. Bauman afirma că noii stăpîni ai lumii nu guvernează direct, vorbindu-se – îndreptăţit – de o „putere anonimă" (3, p. 74).

Totuşi, o cultură globală ar fi o imposibilitate – crede Anthony D. Smith. Există, neîndoielnic, un fond de valori comune, dar un „supermarket cultural global" ar fi chiar indezirabil, generînd o zgomotoasă şi, se pare, ineficientă alertă identitară. Să nu uităm că sînt voci care recunosc faptul că fenomenul globalizării se înfăţişează drept un fenomen natural, că se impun valori şi interese comune, fiind imperioasă o coordonare pentru modelarea viitorului. Mai cu seamă că inventarul crizist al planetei (poluare, bomba demografică, arsenalul nuclear etc.) se agravează. Asistăm – afirmă cercetătorii de la Institutul Worldwatch – la un proces global de distrugere ecologică, ceea ce impune reorientarea ecologică a economiei. Adică existenţa unui centru decizional la scara planetei, înţelegîndu-se că efectele nu mai sînt locale şi responsabilitatea noastră nu se întinde doar pe durata unei generaţii. Globalizarea, dupa Johan Galtung, ar fi o întoarcere la normal / natural, imitîndu-se, astfel, „cel mai globalizat factor, natura" (4, p. 25). E drept, epoca noastră favorizează creşterea interdependenţelor (Geof Mulgan vorbind de „conexiuni", 1997), dar, paradoxal, post-modernitatea privilegiază eterogenitatea şi încurajează fragmentarismul. Încît „invazia electronică", oferind produse

mass-media globalizate, implicit o istoricitate „mediată", conduce la apariţia unei lumi-stat, cu o cetăţenie globală „uşoară" şi, ciudat, diminuează tocmai *etica responsabilităţii globale*. John B. Thompson denunţa cu fermitate evacuarea eticii din viaţa publică, conducînd la prăbuşirea proiectului universalist şi la instalarea unei realităţi „ecranate". Iată, aşadar, paradoxul epocii noastre: vorbim de o comunitate globală (ignorîndu-şi, iresponsabil, interesele pe termen lung) şi asistăm, de fapt, la o atomizare crescîndă în contextul delocalizării tradiţiei şi a depersonalizării relaţiilor interumane. Agent al globalizării, *cultura media* impune accelerat, la suprafaţă, o aliniere care ne sărăceşte cultural şi trezeşte îngrijorare.

Printre aceste voci îngrijorate o aflăm şi pe cea a lui Douglas Kellner. Numele lui este frecvent citat printre teoreticienii critici care s-au aplecat, stăruitor şi convingător, asupra fenomenului mediatic, cercetînd condiţiile şi provocările contemporaneităţii (2). Cultura – crede Douglas Kellner (şi o afirmă răspicat!) – nu a fost niciodată mai importantă. Iar *cultura media*, ca fenomen relativ recent, conduce la „colonizarea" timpului liber, impregnînd şi dominînd cotidianul, modelîndu-l prin centralitatea consumului televizual. Iată de ce producerea şi receptarea textelor culturale şi, îndeosebi, analiza lor cu instrumentar critic devin imperative în contextul bombardamentului mediatic la care sîntem supuşi. Doar aşa, crede – îndreptăţit – autorul, vom înţelege cultura şi textura societale, sensul şi efectele veritabilei *băi mediatice* fără a ignora tectonica politică. Şi fără a uita că o asemenea „noutate" nu poate fi scoasă din rama determinismului tehnologic, după cum nu se poate lepăda, într-o lume interconectată, de sentimentul responsabilităţii la scara planetară.





Spirit echilibrat, Douglas Kellner ştie că studiile culturale nu au valabilitate în absenţa unei teorii sociale. Iar aceasta, în numele unei observaţii de bun-simţ, invită la pluriperspectivism, combinînd diferite puncte de vedere, făcînd joncţiunea dintre cultură, societate şi politică. Cu prudenţă, aşadar, autorul cercetează cultura mediatică în contextul teoriei sociale critice şi recomandă stăruitor, cum spuneam, inserţia contextuală (fireşte, nu ca o noutate de ultimă oră). Astfel, studiile culturale media converg către o teorie critică a societăţii, articulînd ideologii, valori şi reprezentări. Cum teoria socială conceptualizează structuri, relaţii şi instituţii şi ne oferă – notează Kellner – o hartă cognitivă, circuitul se vădeşte benefic pentru cercetătorul avizat: societatea produce (secretează) cultura, iar aceasta modelează societatea.

Evident, constatările de mai sus sînt de uz obştesc. Nu Douglas Kellner a descoperit acest buchet de truisme. Dar prudenţa sa metodologică se cuvine aplaudată şi urmată. După cum, trecînd în revistă strădaniile şi meritele altora, nu ezită să le recunoască şi să le fructifice, raportîndu-se, la rîndu-i, critic la ele, refuzîndu-le infailibilitatea. Cum grija sa de căpătîi e cea de a beneficia de o solidă teorie socială critică, ar fi de înţeles contabilizarea gospodărească a opiniilor şi combinatorica lor, hibridînd discursul, gestul fiind scutit însă de pusee ludice. Dimpotrivă. Cîteodată uşor încruntat, deseori relaxat, dar niciodată lejer, autorul punctează decisiv. Şi „modelul timpuriu" (propus şi impus de Şcoala de la Frankfurt), dar şi studiile britanice îi trezesc reacţia. În primul caz, studiile critice asupra comunicării, interesul pentru industriile culturale, pentru puterea lor de seducţie şi pentru efectul socializant, vehicularea conceptelor transdisciplinare sînt grijuliu expuse. Kellner nu ezită să considere rigidă distincţia dintre cultura înaltă şi cea

comună, suspectată de monolitism (ideologizată, de fapt). În cel de-al doilea caz, apreciind „recolta" grupului de la Birmingham (în jurul anilor '60), în pofida conceptelor „instabile", acelaşi Kellner subliniază meritul de a fi recunoscut importanţa culturii media şi implicarea ei în procesul de dominaţie. Dezvoltînd teoria dominaţiei (de tip gramscian), revista *Screen*, de pildă, va identifica formele de dominare şi rezistenţă, reţelele de putere şi strategiile contextuale, societatea fiind un sistem de dominare. Reproşurile însă nu întîrzie. Studiile culturale britanice ignoră cultura înaltă şi îi acordă culturii de masă o falsă omogenitate. Douglas Kellner respinge, de fapt, neutralitatea conceptului şi vede în cultura de masă o ideologie. Mai mult, *cultura media* este o competiţie, şi autorul, înţelegînd societatea ca un cîmp de luptă, purcede la o interpretare politică a culturii. Douglas Kellner propune, aşadar, *o lectură politică* a cîmpului cultural, chemînd în ajutor şi conceptele marxismului clasic.

Ideologia, indiscutabil, legitimează dominaţia de clasă. Preocupat deopotrivă de teoria manipulării, dar şi de cea a rezistenţei, Douglas Kellner extinde conceptul. Ideologia nu e redusă la dominaţia de clasă, reactivînd bătătorite opoziţii binare. Iar critica ei priveşte acum multiculturalismul, se raportează la sex, etnie, rasă etc., implică un mediu angoasant şi grupurile marginale, eliberînd pasiune şi energie politică. Pe de o parte, crede îndreptăţit Kellner, sînt promovate interesele grupurilor dominante (şi autorul studiază meticulos „codificarea" relaţiilor de putere, discursurile politice ale epocii, subliniază obsesiv rolul culturii media în alegerile politice); pe de altă parte, se cuvin valorizate artefactele culturale care se opun practicilor hegemonice şi, în pofida inerţiilor, agreează non-conformismul. Altfel spus, Kellner dezvoltă o perspectivă critică din unghiul *economiei politice a culturii*. Scena





culturii, ne reaminteşte el, implică circuitul producere – distribuire – receptare. Or, cultura media are efecte materiale *vizibile*. Este, nu mai încape vorbă, un cîmp de luptă pentru dobîndirea controlului asupra societăţii, artefactele industriilor de cultură, generalizate insidios, „îmblînzind" dominaţia. Fiindcă fenomenul media nu poate fi desprins de relaţiile de putere. Acest interes nu se rezumă la text (texte) sau receptori, ignorînd nonşalant relaţiile şi instituţiile sociale. Adică, altfel spus, contextul socio-economic, sau, mai brutal, mijloacele şi condiţiile reale de producţie. Şi, în numele *materialismului cultural*, concept drag, preluat de la Raymond Williams (definitoriu, credem noi, pentru optica lui Kellner), autorul coboară în context. Observă, de pildă, declinul feminismului, invazia actorilor „ultra-macho", fetişizarea gustului public ş.a., fără a uita însă că este vorba aici despre efecte. Şi fără a minimaliza consecinţele pe termen lung. Fiindcă această cultură *high-tech*, ca sector economic dinamic, devine o cultură globală. *Tehno-cultura*, industrializîndu-se, oferă produse în serie şi se oferă unui public larg. Ea are un pronunţat caracter comercial, distribuind, sub pavăza accesibilităţii, *produse populare*. Dar, să nu uităm – ne previne un Kellner atent la nuanţe –, nu este pur şi simplu un instrument de dominare ideologică (într-o accepţie consensuală). Fiindcă în prezent, pe de o parte, ne confruntăm cu o diversitate de opţiuni (vezi culturile alternative în ebuliţie), iar, pe de altă parte, cu rafinate metode de supraveghere şi manipulare. În alt sens, într-o epocă de mare confuzie culturală, marcată de teamă, insecuritate şi instabilitate, *cultura media* anihilează energiile politice. Divertismentul ţine afişul ofertei mediatice şi deturnează revolta. Pendulînd între *globalizare* şi *atomizare*, omul zilei, conectat la pulsul planetar, suportă, nota cineva, un „transfer de anxietate". *Vizibilitatea* nu-i

atenuează angoasa. Iar *cultura media*, dincolo de forța de socializare, este cultura dominantă. Ea plonjează în actualitate, făcîndu-ne părtaşi la Istoria unui *stat-lume* (cum spunea J. Galtung), şi creează, într-un ritm frenetic, tipare şi identități. Produsele media flatează populismul cultural şi disemineză (staruri, reclamă etc.) *o ideologie implantată* (scrie D. Kellner). Acest capital cultural, stimulînd „fabricarea de identități", cere o eficientă pedagogie media. Iar exemplele de critică culturală, pe linia unei Teorii critice a societății (la care rîvneşte), ar inspira *o nouă politică* în sfera culturalului, încurajînd proiectul democratic multicultural. Implicit, *ruptura* de tiparele vieții moderne. Va fi cu putință o astfel de ruptură? Dacă aruncăm o privire şi cercetăm, fie şi fugitiv, decorul postmodernității, concluziile par mai degrabă sceptice. Identitățile, după Harvie Ferguson, sînt „oscilații continue". Fluiditatea, scrie Zygmunt Bauman, ar fi metafora principală pentru epoca noastră (vezi *Modernitatea lichidă*, 2000). Nomadismul planetar, avalanşa de imagini încurajînd *zapping*-ul, efortul „spectacularizării", ruinarea ierarhiilor, denigrarea centrului, explozia consumerismului (ca blazon al postmodernității) sînt, negreşit, simptomele unei lumi în criză. Şi dacă societatea comunicării se vrea o „supermodernitate", cu aceeaşi fervoare ea renunță la „termenul lung" şi glorifică prezenteismul. Durabilitatea, ne anunță Z. Bauman, îşi pierde atractivitatea. Este limpede că o strategie precum cea gîndită de Douglas Kellner nu poate fi împlinită de azi pe mîine. Iar mîinele, ciudat şi regretabil, nu mai interesează.

Ar mai fi de observat că, pentru Douglas Kellner, postmodernismul nu este decît o „vocabulă sonoră". El denunță folosirea abuzivă a termenului în cîmpul studiilor culturale şi contemplă cu detaşare „carnavalul postmodern". Discursul postmodern n-ar fi decît un





construct cultural (e drept, de o „ameţitoare diversitate"), cu sarcini interpretative, nicidecum o stare de fapt. Supraîncărcarea termenului nu face decît să sporească „zăpăceala postmodernă". Iar „legătura agresivă" cu postmodernismul, beneficiind de o conceptualizare dubioasă, cu exemple discutabile, întreține, prin multiplicarea discursurilor în conflict, această veselă confuzie. Dar febra postmodernă, chiar în absența consensului (sau poate din această pricină), se prelungeşte. Pentru Kellner, postmodernismul înseamnă doar o bizară marcă semiotică. Cum îl ştim, el cere şi aici prudență în manevrarea termenului (supralicitat, bineînțeles) şi nu subscrie la ipoteza rupturii (precum un J. Baudrillard). Ar fi exagerat să vorbim despre o ruptură, scrie sec D. Kellner; deşi am constatat deja, chiar o ruptură îşi propunea însuşi Douglas Kellner prin noua politică culturală, doar schițată şi, oricum, suferind de fragmentarism, incapabilă – zicem noi – de a fisura impresionantele conglomerate media.

Să fim drepți, pledoaria sa e convingătoare. Mass-media, intim legată de putere, a colonizat cultura. În plus, cu totală îndreptățire, Douglas Kellner desființează distincția dintre cultură şi comunicare, observînd (şi notînd) ceea ce ar fi trebuit să fie la îndemîna oricărui cercetător: *cultura nu poate fi decît comunicațională.* Nemulțumit, Kellner este în dezacord cu *vocabularul de bază*, denunțînd etichetologia cu iz ideologizant. Se războieşte, am văzut, cu postmodernismul, dar vrea şi „distrugerea distincției" (mai sus menționată), în fine, nu poate accepta semnul egalității între cultura media şi cea populară. Fiindcă sociologul, cuprinzînd întreg spectrul cultural, cercetează atent binomul cultură populara / cultură elitistă şi e convins că despre cultura populară putem vorbi cu folos raportîndu-ne la cultura

hegemonică din fostele spaţii coloniale. Noi credem că are dreptate.

Previzibil, interesul lui Douglas Kellner se centrează pe *cultura media americană*, inundînd piaţa planetară. El discută, cu risipă de exemple şi argumente, despre reţeta hollywood-iană, fenomenul Madonna şi muzica rap, Michael Jackson, filmele *Rambo* şi *Rocky*, MTV şi, bineînţeles, spectacolul „Războiului din Golf". Este pusă sub lupă „era Reagen – Bush" şi sînt analizate nemilos consecinţele exportului triumfalist al Modului de viaţă american (*american life*). Globalizarea, dacă se produce, se desfăşoară pe acest vector. Evident, interpretările lui Kellner coagulează *o lectură critică*, avînd vizibile (şi declarate, de altminteri) intenţii pedagogice. *Rambo*, de pildă, i se pare *un text ideologic*. El corespunde mentalităţii unui „preşedinte de la Hollywood", pus pe escapade militare, codificînd etosul militarist. Prin politica reprezentărilor şi forţă manipulativă, inculcînd – la nivel subliminal – o ideologie, spulberînd recordurile de box-office, tema militaristă (*Rambo*, *Top Gun* ş.a.) propune o spectaculoasă metamorfoză: înfrîngerea din Vietnam devine o victorie în cultura media! *Efectul Rambo* glorifică, de fapt, supremaţia „trupurilor tari" (*Hard bodies*). Parantetic, să notăm că un Alvin Toffler (vezi *Război şi antirăzboi*) crede că astfel de filme, „proslăvind bicepşii în devaloarea creierului", sînt desuete. Iar Al Treilea Val, cu „războinicii de nişă" ai viitorului, va exploata intensiv baza informaţională. Totuşi, pînă la „beligeranţa de nişă", *efectul Rambo* rămîne.

Propunînd conceptul de *studii culturale media*, Kellner atrage atenţia că interesul excesiv (dacă nu şi exclusiv) pentru text şi receptor ignoră *medierile*, vizînd practicile, relaţiile şi instituţiile culturale. Intervin în această





complexă şi nebuloasă ecuaţie, aşadar, textile, publicurile, industria media, strategiile culturale şi, bineînţeles, contextul socio-istoric. Cum publicul este el însuşi un produs, conjunctura politică şi ideologia dominantă nu pot fi ignorate. Opinia publică, valorile şi comportamentele intervin copleşitor, activînd resursele culturale şi ţintind, vectorial, integrarea în cultura oficială. Dar individul are acum, în decor postmodern, o existenţă fragmentară, discontinuă, provocînd implozia sinelui şi pierderea sensului. Liantul ideologic devine vital. El poate amorţi conştiinţele sau poate fortifica prezenţa unor agenţi ai schimbărilor sociale. Mai presus de astfel de supoziţii intervine dorinţa controlului asupra societăţii. E vorba *de putere culturală* aici şi, îndreptăţit, Douglas Kellner observa (2, p. 49) că această invadantă *cultură media* a devenit un cîmp de luptă prin manipularea conţinutului simbolic (1). Dacă aşa stau lucrurile, e limpede că ideologiile nu pot lipsi din această bătălie. Iar pretenţia lichidării lor rămîne o iluzie vinovată.

NOTE:

1. John B. Thompson, *Media şi modernitatea (O Teorie socială a Mass-media)*, Ed. Antet, Bucureşti (f.a.), traducere de Miruna Tătaru-Cazaban.
2. Douglas Kellner, *Cultura media*, Institutul European, Iaşi, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu, prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.
3. Zygmunt Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Editura Antet, Bucureşti, 1999; traducere de Marius Conceatu; vezi şi Z. Bauman, *Modernitatea lichidă*, Ed. Antet, Bucureşti, 2000; traducere de Diana Grad.
4. Johan Galtung, „Globalizarea şi consecinţele ei", în *Mileniul III*, nr. 2/1999.

## *COMUNICARE ŞI MANIPULARE ÎN SOCIETATEA MEDIATICĂ*

„Comunicarea liniştește,
informația deranjează."
(*Regis Debray*)

Fiecare epocă îşi centrează preocupările teoretice asupra unui buchet de teme care confiscă prioritar interesul; altfel spus, *sociologia prezentului* (ca să preluăm formula lui Edgar Morin) „aduce la un loc un număr de preocupări", alimentînd reflecția sociologică, implicit, diversificarea cercetărilor. Cum omenirea n-a vorbit nicicînd mai mult ca în zilele noastre, *tema comunicării* domină constelația disciplinelor socio-umane, fiind, s-a spus, un veritabil liant; mai mult, ea îngăduie o alta „lectură" a societății, aceasta fiind înțeleasă azi ca o societate „de informație", prin expansiunea incontrolabilă a activităților „imateriale". Negreşit, societatea mijloacelor de informare nu epuizează repertoriul sociabilității. Dar societatea mediatică, în pofida babiloniei informaționale, mută accentul de la relațiile de producție (evidențiate de Marx) la „relațiile de informație". Încît structurile şi mecanismele societale produc, abundent, un schimb de mesaje, nu doar de obiecte şi fac din mijloacele de informare (suporturile comunicării) o cheie explicativă, o cale de acces în descifrarea istoriei culturale a umanității.

Evident, *comunicarea* implică *informația*. Comunicarea, reluăm un truism, este o premisă funcțional necesară pentru orice sistem social; şi orice comportament (verbal, tonal, postural, contextual) este informativ, asigurînd – prin decodare – comunicarea. Axioma





metacomunicativă a lui Paul Watzlawick merita a fi reamintită aici: „nu există posibilitatea necomunicării". Fie că o acceptăm ca o punere „în relație" prin funcția de contact (D. Anzieu, J.Y. Martin), fie că o înțelegem ca un transfer de informație (implicînd *filtrul propriu* ca sistem de valori şi *halo*-ul ca rezonanță simbolică), fie că – din unghiul acțiunii sociale – o percepem, prin intenționalitate, ca o schimbare de comportament, comunicarea îmbracă, pe un front animat, în care concubinează experții şi vulgarizatorii, accepții diferite, derutante chiar; iar noua gîndire este, în pofida statutului nedefinit, *comunicațională* (1, p. 15). Ştiințele informației şi comunicării se vor un cîmp interdisciplinar autonom (1, p. 11). Şi dacă, deopotrivă vulnerabile, cunoaşterea sectorială (impunînd o specializare sterilizantă) ori perspectiva globalizantă nu puteau oferi decît clivaje disciplinare sau generalități inutilizabile, favorizînd perpetuarea belicoasă a dezacordurilor, B. Miège pare convins că „ştiința" în cauză se va impune ca *interdisciplină* (1, p. 14).

Cîndva şi sociologiei i se refuza statutul de ştiinta. considerîndu-se ca neavînd un obiect şi metode proprii, incapabila sa formuleze legi, ea ar fi inutila. Mai încoace, înțeleasă ca fenomen de „civilizatie totala", comunicarea a devenit obiect de cercetare al sociologiei, obligîndu-ne a regîndi chiar viața socială în termenii teoriei comunicării, mixînd cercetările lingvistice cu cele de antropologie culturală, studiile de psihosociologie cu modelele cibernetice. Dacă distincția dintre *comunicare.* şi *comunicatie* poate fi reținută enunțiativ (fără a o prelua însă), prima, potrivit unor voci, ar însemna transmitere directă, nemijlocită în timp ce a doua ar fi posibilă prin intermediul unui canal, media funcționînd ca suport pentru mesaj. Să ne amintim că Tarde, sesizînd că agentul cel mai puternic al imitației era conversația, părea uimit că factorul de opinie „cel mai continuu

şi universal" era neglijat de sociologi. Şi pentru Simmel conversaţia era suportul cel mai larg al oricărei comunităţi umane. Chiar limbajul silenţios" (Halle), angajînd elementele paralingvistice din conştiinţa receptorului, ne forţează să recunoaştem că este imposibil să nu comunicăm: după cum este imposibil să nu fim influenţaţi, limbajul acţionînd asupra noastră cu o deosebită eficacitate, pe o plaja largă, de la „persuasiune socială" la manipulare. Percepţia, angajînd „rezerva de cunoştinţe" (A. Schutz) este parţială, selectivă, interpretativă, iar strategiile comunicaţionale, prin îndrumare, argumentare, persuadare şi manipulare se dovedesc teribile modalităţi de influenţare. Pricina pentru care, în pofida rezultatelor confuze şi a prelungitului „război intellectual" (2, p. 342), abundenţa presupoziţiilor încurajează cercetările asupra *efectelor*. De la simplismul formulei „globului magic", admiţînd ipoteza că „oamenii cred *tot* ce mass-media le spune", pînă la perspectiva minimalistă, impunînd teoria „efectelor limitate" (Joseph Klapper, 1960). Raţiunea convenţională, negocierea şi opoziţia intervin în acest „joc", producător de efecte necuantificabile. Rezonabil, acceptînd o putere explicativă limitată, am putea admite că cercetările atitudinale, cele atrase de efectele comportamentale ori ale „învăţării din media pun în lumină, implacabil, rolul media ca sursă predilectă de informaţie.

Încă Harold D. Laswell (1948) „descria" etapizat *acţiunea de comunicare*, deschizînd imediat calea abordării funcţionaliste prin frenezia empiristă a tehnicilor observaţiei sociologice. Schema sa (Cine?, Ce?, Prin ce canal?, Cui?, Cu ce efecte?) s-a bucurat de un urias success, deşi impunea o viziune lineară. Oricum, „schema canonică" (Emiţător - Canal - Receptor), prin diversitatea situaţiilor reale, a făcut loc receptorului ca interpret (interlocutor), admiţînd





fenomenul de retroacţiune (*feed-back*). Cum actul real al comunicării se consuma într-o situaţie concretă, emiţătorul (vezi 3, p. 32) „îşi organizează expresia" (contextul explicit). Iar recepţia, fără a urma traseul linear al efectelor, se dovedeşte a fi „negociată" (Stuart Hall), angajînd interese, practici culturale, suportînd distorsionări, bariere de credibilitate, intermedierea liderilor de opinie şi textura micro-grupurilor. Putem, aşadar, afirma că, dacă fenomenul comunicaţional este un proces, el priveşte, nu mai puţin, şi rezultatele acestui proces. Audienţa nu trebuie gîndită mecanicist, doar prin prisma pasivismului, rezervînd publicului — ca masă de manevră — doar rolul de victimă. Să fie *audienţa avidă* de diversiune (Gitlin, 1978)? Oricum, conţinutul mediatic, prin noile cunoştinţe irigînd, la scara culturii de masă, *imaginarul colectiv* influenţează, dincolo de efectele perverse, aşa-zisele „scheme mentale": iar schimbările, după Joseph Klapper, pot fi de conversiune, de întărire sau, discret prezente, în zona modificărilor minore. Relaţia obligă însă la un „acord cognitiv"; decodarea fiind, am văzut, şi reconstrucţie, corectînd „fabricarea" opiniilor şi „fasonarea" comportamentelor.

Să nu uităm că societatea postindustrială face din informaţie un factor de putere şi un *bun colectiv* (D. Bell); cunoaşterea şi informaţia, ca resurse strategice, se amplifică pe măsura accelerării Istoriei şi a evoluţiei mijloacelor de comunicare prin explozia tehnologică. Revoluţia informatică se vrea o revoluţie globală. Totuşi, suprainformatizarea, producînd saturaţie, conduce la suprasolicitare: disponibilităţile publicurilor în consumul informaţional nu sînt nelimitate, după cum inegalităţile, prin noile *electronic media*, se adîncesc. Încît, departe de a crede euforic că informaţia are azi o mai mare valoare socială, vom fi prudenţi în a elogia societatea informaţională; paradoxal, ea

nu este — prin definiţie — neapărat o societate „mai bine informată" (4, p. 85). Multiplicarea informaţiilor inutile face din valoarea de consum a informaţiei o „bombă neexplodată". Iar planetarizarea culturii de masă conduce la „transmutarea" realului: socialul devine spectacol, violenţa se insinuează ca limbaj universal, escapismul anesteziază spiritul critic.

Dacă ceea ce numim comunicare mediată devine, prin abundenţa şi eficienţa tehnicilor de difuzare, o *comunicare de masă*, este limpede că ea se adresează şi penetrează, prin resursele persuasive, publicurile-agregat. Definite prin eterogenitate, dispersie, anonimitate (exceptînd, fireşte, publicul-ţintă, ofertat cu programe *specializate*). Relaţiile de proximitate sînt excluse; iar consumul mesajelor, fie că vizează sfera emoţională, cognitivă sau comportamentală, nu poate ignora, în context mediatic, condiţia lor de *nmr/a,* forţînd audienţa şi instaurînd ubicuitatea. Însăşi cultura a devenit un fenomen mediatic şi, potrivit unor voci, cultura modernă ar fi chiar cultura de masă: nu ne putem mulţumi recunoscînd doar că mijloacele comunicării de masă influenţează cultura tradiţională. Ca „armă teribilă" (Friedmann), mass-media asigură accesul larg la cultură: dar e vorba de o cultură standardizată, pasivă, narcotizantă, răspunzînd cerinţelor a ceea ce H. Vilenschi numea — îndreptăţit — „piaţa de masă", respectiv o triumfătoare *cultură de piaţă,* favorizînd teleconsumul hedonist în ansamblul activităţilor de *loisir* prin „satisfacţii compensatorii". Chiar dacă începutul deceniului şapte marca o cotitură în studiile asupra fenomenului comunicaţional, atrăgînd atenţia — prin Wilbur Schramm, Ira Click, Sidney Levy ş.a. — asupra repertoriului, tipologia consumatorilor indică, fără tăgadă, intoxicarea prin divertisment, consumerismul (suspectat de precaritate şi intenţii





manipulatorii) fiind blazonul postmo-dernităţii. În acest context, raportul media / cultură se schimbă radical într-o *cultură a consumului,* mass-media nu sînt doar un vehicol cultural, ci produc o nouă cultură. Chiar postmodernitatea ar fi, după G. Vattimo, produsul dezvoltării comunicării, erodînd „principiul de realitate": intrăm, astfel, în „era fantasmatică", adică într-o lume controlată de mass-media. În societatea mediatică şi comunicarea socială îmbracă o valoare comercială; iar producţia mediatică este mozaicată (A. Moles) şi de nivel mediu (E. Morin), livrată „în vrac[1]\ în flux permanent şi impunînd divertismentul ca supra-ideologie" (Neil Postman). În limbajul accesibil al divertismentului, îndeosebi, mass-media au devenit instrumente ale sugestionării şi manipulării: iar *omul mediu* (A. Quetelet) este „centrul gravitaţional" al ofertei mediatice. Să mai observăm că industrializarea comunicării sociale, ascultînd fatalmente de legile pieţii, satisface atît plauzibila democratizare a informaţiei, cît şi indezirabila ei standardizare şi deprecierea prin facilitate, vulgarizare, mercantilism. Cultura de masă, ca „ansamblu de fenomene culturale inseparabile de civilizaţia tehnicistă" (G. Friedmann), este, să recunoaştem, o subcultură, anunţată ca atare încă de Th. Adorno (1951), cînd o numea o „barbarie stilizată". Or, ca echivalent cultural al societăţii de masă, ea ni se oferă — prin diversitatea provocărilor — ca „surogat de cultură" (T.S. F Mot), angajînd însă un arsenal de tehnici de difuzare masivă, funcţionînd ca „mediatori univeisali" (E. Morin) şi beneficiind, în consecinţă, de un public „de masă".

Dar, supus masificării, publicul — nu spunem o noutate — nu deţine controlul asupra mass-media; mai mult, impunerea (unidirecţionată) a unor conţinuturi îl îndreptăţea pe Michel De Certeau (vezi *L'invention du quotidian*, 1990) să observe că, în pofida ipotezei interactivismului (G.H.

Mead), sociologia receptării pare a se fi resemnat cu concluzia că, sub torentul mesajelor, decodarea se rezumă la „arta de a utiliza ceea ce alţii impun". Publicul, ca ţintă a procesului de comunicare, nu prezintă niveluri socio-culturale analoage. Dupa cum tot falsă ar fi şi premisa identităţii de mesaj la nivelul emiţătorului şi receptorului, chiar satisfăcută fiind condiţia competenţei mediatice. Evident, din unghiul abordării „acţioniste", ca „negociator de sens", receptorul poate „reamenaja" mesajul sau îl poate scurtcircuita prin selecţie (protest „mut"); dar manipularea are sens unic (Fr. Bulle), chiar dacă „ajustarea" e reciprocă.

Devenind o *megainstituţie* (J. Habermas), comunicarea — în societatea globală — nu se mai împacă nicicum cu teoriile „clasice". Ciberneticienii erau preocupaţi doar de *circulaţia* informaţiei, în vreme ce „funcţionaliştii*" cercetau *rolul* mijloacelor de informare (teoria influenţei). Un prim corectiv propuneau, se ştie, Elihu Katz şi Paul Lazarsfeld (în 1955), prin faimoasa *two steps flow of the communication*, relativizînd supremaţia manipulării (teoria înţepăturii hipodermice). Fie că restrîngem rolul media la procesul deloc periferic — de „spectacularizare" a socialului (J. Cazeneuve) ori la cel de evaziune (J. Klapper), fie că admitem rolul central jucat de mass-media în dezvoltarea instituţiilor moderne (John Thompson), este limpede că ne mişcăm într-un nou tip de societate: cea *comunicaţională*. În noul context, activitatea de prelucrare simbolică atinge efervescenţa. Exhibitivă şi artificială, societatea de masă cultivă în exces stimulul informaţional. Aşa cum societatea de consum creează, în avalanşă, „false necesităţi" şi mediile de informare produc şi propun false realităţi. Deconspirarea intenţionalităţii manipulatorii în circuitul comunicaţional devine o cerinţă presantă, implicînd gradul de credibilitate al fenomenului media, aflat în extensie incontrolabilă. Mai cu





seamă azi, cînd globalizarea „de esenţă mediatică" (adică *industrializarea semnelor*) şi erodarea semantică a unor concepte cer imperativ o abordare critică.

*

Nimeni n-ar putea contesta rolul integrator al comunicării, valoarea ei de liant social. R. Escarpit nu spunea o noutate cînd observa că nu există socializare fără comunicare. Mai mult, orice comportament are valoare comunicativă, fie că privim chestiunea la nivel informaţional, fie că o examinăm relaţional. Şi dacă scepticismul filosofilor, postulînd cîndva imposibilitatea comunicării, a pălit, prima dintre „axiomele" paloaltiştilor (Paul Watzlawick, Helmick Beavin, Don D. Jackson), preocupaţi de studiul non-verbalităţii susţine tocmai *imposibiliatea non-comunicării.* Azi, comunicarea e privită ca *megainstituţie* (J. Habermas), iar „organizarea comunicarii" (J. Cazeneuve) joacă un rol decisiv în „funcţionarea" societăţii umane, satisfăcînd şi legătura temporală în ştafeta generaţiilor (*time-binding*, după Weinberg). Cuvânt pe buzele tuturor, aşadar, comunicarea a stârnit — firesc — şi impulsuri taxinomice. Cine se aventurează în hăţişul definiţiilor va trebui să constate că *teoria comunicării* are frontiere labile şi raporturi în prefacere: că trena confuziilor, controverselor, ambiguităţilor obligă la un „partaj interdisciplinar" (5, p. 7) fără a potoli gîlceava. Că, în fine, etimologic cercetînd chestiunea, acea „împărtăşire de informaţie" prezintă un fericit *dublet etimologic* (5, p. 15), invitînd la parteneriat, respingînd tirania sensului unic. Valenţa comunitară şi cea sacrală („cuminecare") cer retroacţia. Chiar dacă, se ştie, comunicarea este ireversibilă şi se sprijină pe raporturi de forţă.

Cînd puneau la punct schema procesului comunicațional (ulterior supusă rafinării metodologice), Shannon şi Weaver ignorau conținutul mesajelor; raportul cod / canal se dezinteresa de non-identitatea codurilor, provocînd atîtea distorsiuni. Or, percepția mesajelor este parțială, selectivă, interpretativă, dar niciodată integrală. Epoca noastră multiplică nemăsurat ocaziile de contact (conexiuni) prin dezvoltarea luxuriantă a circuitelor formale şi informale. Se spune chiar că şi informația, devenind o resursă „autogenerabilă", s-a democratizat, asigurînd „dispariția privilegiului informațional" (John Naisbitt). Dar, imediat, o observație se impune: comunicarea presupune existența unei intenționalități. Fie că aşteptăm un răspuns, fie că dorim *a schimba* (mărturii sau nu) comportamentul altora, fenomenul comunicațional nu poate ignora nivelul efectelor. Cu atît mai mult în era comunicării de masă, instaurînd „societatea comunicării generalizate" (G. Vattimo).

Dar comunicarea de masă, se ştie, este terenul predilect al confruntărilor sociologice. Unii o văd ca „o fantasmă"; masa se opune comunicării şi doar grupul „funcționează" ca subsistem de comunicare. Pe de altă parte, colecția de indivizi care, sub protecția anonimatului şi beneficiind de o largă agregare în țesătura unor relații fictive, primeşte, ca masă nediferențiată, mesajele deversate nu suportă mecanic această influență: nu avem de-a face, în pofida difuzării masive, cu un public (publicuri) omogen(e) în gusturi şi necesități. Masa nu are existență fizică. Iar cîmpul pasional al dezbaterilor şi abundența de literatură consacrată temei nu fac decît să prelungească dezacordul". Cert e că efectele sunt ambivalențe, că procesul de comunicare se atomizează şi că expunerea media, dincolo de sugestionare şi manipulare, fără a ignora specificitatea





publicurilor, cultivă standardizarea şi favorizează, prin accesibilitate, cultura „mijlocie".

Evident, comunicarea de masă presupune prezența *gate-keeper*-ului (producător instituționalizat de mesaje): dar conceptul ca atare, de mare succes în anii '60, apelat în continuare abuziv (pînă a deveni chiar un „tic verbal") are — spune etnologul Denys Cuche (6, p. 112) — o „valoare euristică nesemnificativă". Imprecizia semantică şi folosința excesivă nu fac decît să întărească acest dubios statut. O masă de indivizi nu există ca ansamblu omogen — observă tot D. Cuche — doar prin faptul că primeşte acelaşi mesaj (6, p. 111). Dezvoltarea mijloacelor de comunicare asigură, în „era reproductibilității tehnice" (Walter Benjamin), „industrializarea" comunicării, ea devenind chiar modul de producție al acestei culturi, fără a mai distinge între *cultura pentru mase* şi *cultura maselor*. Din unghiul receptării însă, ipoteza influenței autoritare, cu efecte aplatizante, primeşte replica celor care, cu risipă de argumente, teoretizează „atenția oblică" (de pildă, Richard Hoggart, 1957), convinşi că particularitățile culturale ale fiecărui grup impun prudență şi selectivitate. Altfel spus, în pofida interconectărilor în avalanşă, receptarea nu poate fi uniformă.

Controversele, firește, vor continua. Vom recunoaşte însă că industria culturală (Th. Adorno, M. Horkheimer) a devenit chiar cultura de masă a contemporaneității, cea care, prin serializare, sub ambalajul democratizării culturale, induce stereotipii de gîndire şi de comportament. Are acoperire, după noi, şi teza „violului" mulțimilor (Serge Tchakhotine, 1939), după cum, dincolo de metafora „ochelarilor roz" (Th. Adorno), filtrul clişeistic mediatic împiedică o percepție adevărată a realității, conducînd la conformism şi resemnare. *Piața mass-media*, asigurînd reproducti-bilitatea formelor simbolice, a devenit

standardizată, cu o teribilă putere manipulatoare. E drept, prin industrializarea producției de mesaje, „valorizarea economică a formelor simbolice" (John B. Thompson) cunoaşte o apreciabilă scădere a costurilor; un produs media este o marfă sau un serviciu; în plină opulență informațională, astfel de „produse de flux" generează efecte perverse. Dispariția structurilor comunitare conduce la o relaționare lacunară. Funcția „invizibilă" a culturii de masă priveşte tocmai, sub umbrela anonimatului, intimitatea individului depersonalizat, asaltat şi manipulat, dorind evaziunea. Fiindcă el are de-a face cu reprezentări, nu cu realități. Tehnicile de comunicare, în funcție de natura medium-urilor, au limbaje specifice: ele sunt „creatoare de agendă" (McCombs, D.L. Shaw, 1972) şi, în acelaşi timp, modifică felul în care individul percepe lumea, schimbînd sensibilitatea umană. Să ne amintim de celebra şi atît de blamata formulă a lui McLuhan: „Medium-ul este mesajul". Dincolo de reproşuri (nu e cazul a le inventaria aici), teza sociologului canadian profeția o schimbare de paradigmă pe care un E. Morin o numea *antropologie senzorială*. Fireşte, conținutul comunicării (Berelson, 1952) nu poate fi ignorat, dar McLuhan atrăgea metaforic atenția că media nu sunt doar transmițător, ci şi *modelator*, angajînd nivelul intelectual, dar şi cel psiho-afectiv. Ca să nu mai vorbim de mesajele subliminale. Iată, aşadar, că mass-media, aflate în „cursa" cinică pentru audiență pot fi instrumente ale sugestionării, fabricînd opinii şi fasonînd comportamente (*cf.* R. Muchielli). Mai mult, mass-media — spune P. Bourdieu — au devenit un câmp în expansiune care impune celorlalte cîmpuri culturale propriile sale constrângeri: e vorba, negreşit, de „constrîngerea structurală a cîmpului jurnalistic" (6, p. 64).





Nu putem tăgădui pericolul uniformizării în această recepție de masă. Chiar dacă TV „fragmentate" (ca servicii specializate), în numele diversificării ofertei, lucrează cu publicuri-țintă şi speră la „demasificarea" audienței. Televizorul este medium-ul predilect, acel „membru al familiei" care ne reîntoarce la tribalism. O „maşină de loisir pentru mase" (s-a spus), cu un formidabil impact, restructurînd, finalmente, bugetul nostru de timp liber. Or, bugetul de timp nu este extensibil. Sacrificarea altor activități pentru a satisface teleconsumul se răsfrînge negativ. *Teletropismul* ne invită să trăim „prin procură", activînd resortul emoțional. Seducția subliminală (prin bombardament publicitar), dorința de evaziune, dezinformarea şi insignifianța ne procură satisfacții iluzorii: şi, până la urmă, întăresc sentimentul izolării sociale, paralizînd gîndirea, voința, spiritul critic. Sugestibilitatea, întreținută prin repetabilitatea sloganurilor simpliste, conduce la efecte propagandistice prin violarea conştiințelor. Vance Packard denunțase demult această „persuasiune clandestină", de o diabolică eficiență.

Ca fenomen social *contextualizat*, comunicarea mediată ne face părtaşi la spectacolul lumii. Ea ar „reinventa" spațiul public (susțin unele voci); accesibilitatea, iluzia participativă, evantaiul opiniilor, „apropierea" produselor media (de care pomeneam) ar putea fi invocate drept argumente forte. Şi pînă la urmă vom fi de acord că acest teleconsum este *localizat*; iar receptarea este o activitate „situată" (7, p. 42) invitînd la negocierea conținutului simbolic. Ceea ce nu înseamnă că prezumția de mai sus se şi împlineşte integral şi întotdeauna. Mai aproape de adevăr ni se pare constatarea că *civilizația mass-media*, fundamental publicitară, conduce la depersonalizarea relațiilor umane; se instaurează o „intimitate non-reciprocă" prin exploatarea comercială a mijloacelor de comunicație, favorizînd cultura

mijlocie şi perpetuînd, de fapt, inegalităţile de acces. *Civilizaţia electronică* — spunea G. Friedmann — produce o nouă realitate. Forţa ei de penetrare, dincolo de magia tehnologică, de „puterea simbolică" şi valorizarea economică, prin răspîndire generalizată ne obligă la *o mondializare mediată.* Ceea ce înseamnă că lumea noastră în expansiune, în noul decor tehnologic, modelează nu doar percepţia, ci chiar cursul evenimentelor; şi, în acelaşi timp, creează evenimente sau fixează priorităţi. Aşa privind lucrurile, *satul global* şterge deosebirile dintre *aici* şi *acolo*, instalîndu-ne într-o lume „alocală", începţoşînd — zice J. Meyrowitz — categoriile sociale. Statutul de *telespectatori*, judecînd superficial, intervine nivelator la scara globului. Totuşi, înşurubaţi în fotoliu, cutreierăm lumea. Abolind decalajele spaţio-temporale, mass-media devin „multiplicator de mobilitate" (*apud* 7, p. 181). Sinele expansiv, mînat de curiozitate, prin *experienţa mediată* (delegată) îşi îngăduie o distanţare simbolică şi, pe fundal empatic, forţa critică în hăţişul interconexiunilor lumii postmoderne.

Să nu confundăm însă dorinţele cu realităţile. Expunerea la mass-media afectează modul în care indivizii intră în relaţie cu puterea şi autoritatea (7, p. 182). Spiritul critic e subminat de invazia valorilor consumismului în contextul globalizării comunicării. Comercializarea mijloacelor de comunicare le alterează caracterul într-un mod fundamental, afirmă net John B. Thompson (7, p. 75). Tehnici sofisticate servesc „administrării" opiniilor, făcînd din scena politică un spectacol de legitimare prin „refeudalizarea sferei publice" (Habermas). Politica mediată, dezvoltînd „managementul vizibilităţii", nu pare a agrea dezbaterea critică; exagerînd, poate, pasivismul indivizilor „captivi", ea crede în forţa manipulatorie a mass-media.





Un proaspăt exemplu s-ar putea să fie şi convingător. Ne referim, firește, la scandalul iscat de moartea expertului în microbiologie David Kelly, membru al echipei de inspectori (condusă de Hans Blix) deplasată în Irak. Cum bine se ştie, învizibilele arme irakiene de distrugere în masă, „inexactităţile" strecurate în mesajele preşedintelui Bush şi, îndeosebi, acuzele adresate cabinetului Blair de „inducere premeditată în eroare a opiniei publice" au dezlănţuit presa insulara. Acele „dovezi clare şi convingătoare", obţinute prin valorificarea Rapoartelor serviciilor secrete (MI-6, CIA), s-au dovedit „gogoriţe"; activarea arsenalului chimic în 45 de minute, varianta uraniului achiziţionat din Niger, legăturile cu reţeaua Al Qaida („uitîndu-se", brusc, incompatibilitatea dintre fundamentalismul islamic şi un regim baasist laic) nu vor putea fi nicicînd probate. Pentru simplul motiv că nu există. Tony Blair, premierul „cu mîinile mînjite", şi-a năruit credibilitatea. Alaster Campbell, un cunoscut *spin doctor* (manipulator de informaţie) conduce încă serviciul de presă al primului-ministru. Dar D. Kelly, informatorul secret al BBC („cîrtiţa"), a plătit cu viaţa. Vor mai cădea, probabil, capete pentru acele informaţii „inadecvate" sau de-a dreptul mincinoase, livrate ca pretext pentru intervenţia în Irak. Cauza secretă, cunoscută de toată lumea, este, desigur, „marea de petrol". Fostul ministru al apărării, Nicholas Soames, avea dreptate să denunţe, „răul făcut cauzei americanilor de propriul lor comportament".

Iată aşadar doar o probă de ultimă oră, confirmînd că societatea de consum produce pe bandă rulantă „false necesităţi", iar mediile de informare *false realităţi*. Intenţionalitatea ideologică, manipularea nevoilor, degenerarea capacităţii de gîndire critică fac din comunicare — observa încă H. Mardise — un instrument pentru controlul „tempe-

raturii sociale". Iar în condiţiile sistemului medial, înlocuindu-l pe cel oral (consumul media fiind o variabilă a modernizării, cum nota Daniel Lerner în 1957; vezi *The Passing of Traditional Societv*), mass-media sunt „producători de ideologie", prin utilizare compensatoare, informaţii stabilizatoare de sistem; sau dimpotrivă. Fiindcă sistemele comunicaţionale sînt indicatori şi purtători ai schimbărilor sociale, îndeosebi într-o societate în întregime mediatizată (Elisco Veron). Bineînţeles, nu acreditäm ipoteza influenţei lor absolute (cum s-a întîmplat în 30 octombrie 1938 la CBS cu „războiul lumilor", dramatizarea povestirii lui H.G. Wells iscînd panică prin pretinsa „invazie a marţienilor"), dar trebuie să recunoaştem că „linşajul mediatic" e oricînd posibil prin toxinele dezinformării, sedus de „valoarea de piaţă" a informaţiei (vezi cazurile de „scenarizare": Timişoara, Panama, Kosovo etc.). Or, în democraţie — explică Philippe Breton (*apud* 8, p. 82) — , unde posibilităţile de manipulare sînt numeroase, „dezinformarea devine regina tehnicilor"[7]. Supramediatizarea întreţine confuzia, iar informaţia se transformă în spectacol.

*

Spărgînd limitele comunitare, accelerînd Istoria, societatea comunicaţională ne oferă, tacit, prin interdependenţa electronică a *satului global*, o modelare „la distanţă", făcînd din comunicare vehicolul globalizării. Dincolo de metafora „satului global", cercetătorii radicali nu s-au sfiit să denunţe însă *imperialismul mediatic* pe care ambianţa electronică digitală îl adânceşte prin noile relaţii de dependenţă. E drept, distanţele îşi pierd semnificaţia, circuitele comunicaţionale îmbrăţişează planeta şi, astfel, circulaţia/difuzarea produselor media nu pare obstaculată.





„Defizicizarea" e o realitate, comunicarea instantanee s-a impus prin „comprimarea spaţio-temporală", dar asimetriile lumii n-au putut fi corectate. Influenţînd opinii, idei, comportamente, acest bombardament mediatic nu poate ignora potenţialul simbolic al comunicării şi, negreşit, resursele sale persuasive. Or, valoarea informativă nu atinge un etalon universal, iar piaţa informaţiilor şi a intereselor fluctuează, exploatînd posibilitatea de manipulare şi control în cîmpul social. Poate că pluralismul media, producînd mesaje alternative, ar putea fi un antidot, temperînd fervoarea manipulativă. Dar o etică a comunicării e în suferinţă, iar instituirea sistemului media, „curtat" prin *trustizare* şi *spectacularizare*, pare a favoriza tocmai avalanşa „derapajelor" mediatice.

Ni se pare evident că rolul proeminent al mijloacelor de informare obligă la o lectură a realităţii nu doar prin „lentile tehnologice". Era digitală l-a confirmat pe McLuhan, profetul din *Mireasa mecanică* (1951), brusc redescoperit. Dar uriaşul impact al ideilor sale a fost rezumat (şi deformat) într-o frază celebră şi mincinoasă: *the medium is the message*! Nu facem o reparaţie de senzaţie reamintind o propoziţie definitivă: nu există mijloc de comunicare fără conţinut, iar a sublinia importanţa „conţinutului" ni se pare superfluu într-o lume media în mişcare. Mai ales că *message*, preluînd un joc de cuvinte, a devenit *mass-age* (era „maselor"), îndopate cu o cultură „fabricată pentru plăcerea imediată" (Gilles Lipovetsky, *L'empire de l'éphémère*).

Deşi mulţi s-au grăbit să anunţe emfatic „sfîrşitul ideologiilor" sau, mai încoace, moartea „metanaraţiunilor", vestea — aparent potenţată de falimentul doctrinar al comunismului — nu s-a confirmat. Dacă înţelegem că fenomenul ideologic nu se restrînge la sfera politicului, această supravieţuire e de îndată explicabilă şi se anunţă longevivă; mai

mult, chiar dacă recunoştea că ideologia contribuie la „falsificarea percepţiei realului", Jean-François Revel (vezi *Cunoaşterea inutilă*) mărturisea franc: „e greu să trăieşti fără ideologie". Mai cu seamă azi, cînd individul electronic, devenit *omul-mulţime*, se multiplică ameninţător, serializat, iar mijloacele de comunicare exploatează nemilos potenţialul ideologic, modelînd mentalităţi şi dirijînd, prin seducţie, energiile sociale. Realitatea pe care ne-o prezintă, cu inevitabile deformări, ideologiile răspunde, s-a spus, nevoii noastre de siguranţă mentală, hrănind iluzia unei înţelegeri globale. Cerinţă pe care postmodernismul o pulverizează. Ca fenomen psiho-sociologic, iradiant la nivelul colectivităţilor, ideologiile au cîştigat teren o dată cu erupţia „vizibilităţii istorice" a maselor. Epoca maselor este epoca ideologiilor — s-a afirmat tranşant şi repetat; acest enunţ se impune cu forţa evidenţei, alimentînd confruntările de idei, opinii, credinţe. Chiar dacă viaţa ideilor nu pulsează într-un sistem general, ele (ideile) procură *viziuni ale lumii* (E. Morin) şi impregnează un context ideologizat, slujind nevoile de identificare şi afirmare ale insului debusolat, flămînd de certitudini, doritor să se afle — în orizontul său explicativ— la adăpostul unor generalizări liniştitoare şi ispititoare. Cerinţa de a le aşeza sub control critic devine imperioasă, dar rareori operantă. Fiindcă ideologiile, mizînd pe priza afectivă, fiind construcţii „închise", se sustrag unui examen obiectiv, manevrînd criterii controlabile; ele mimează discursul ştiinţific şi resping noul ca informaţie perturbatoare. Departe, aşadar, de pretenţiile unei ştiinţe „riguroase", *ideologia* se manifestă, credem, la două niveluri; poate fi o doctrină închegată, dar şi o prezenţă difuză, reziduală, demodată chiar (pentru unii). Concept dezavuat, cum am văzut, ideologia — ca ansamblu sistematizat, coerent de idei — se raportează, inevitabil, la o





societate globală. Ea maschează însă un conflict; ca sistem total, cu pretenţia universalităţii, ideologia se sprijină pe o bază reală, care este o realitate „parţială". Între aspectul total (exprimat) şi cel parţial (implicit) al oricărei ideologii, funcţionînd ca o „conştiinţă limitată", de clasă sau grup, cu interese travestite (partinitate), anunţînd însă o concordanţă tendenţială cu globalul (obiectivitate), apar divergenţe care obstrucţionează sociologia cunoaşterii. Dar, tratînd ideologia ca fapt social, vom reaminti că nici eticheta de „conştiinţă falsă" nu se adevereşte întru totul. Chiar Marx avertiza că nici o doctrină ideologică nu este în întregime falsă.

Valul dezideologizării şi-a propus, oare, eradicarea falsului? Nu putem subscrie acestui optimism declarativ-debordant pentru simplul fapt că anunţarea sfîrşitului ideologiilor este, negreşit, tot un discurs ideologic (*cf.* J.W. Lapierre, 1971). E drept, perspectiva clasială s-a estompat, societatea abundenţei părînd a marca triumful definitiv al unei ideologii: cea a bunăstării. Încă S.M. Lipset, în *Omul şi politica* (1960), se iluziona că tehnocratismul stinge virulenţa tensiunilor, noua eră ştergînd frontierele clasiale, dispensîndu-se de „ideologii". Totuşi dezvoltarea explozivă a mass-media, favorizînd descentrarea, ne obligă să medităm la corpul de idei (nu neapărat apărînd o construcţie doctrinară) pe care discursul mediatic le disemineză prompt, cu o mare eficienţă manipulatorie. De la mesajele potenţial ideologice pînă la încorporarea lor reflexivă, în diferite contexte practice, *analiza formelor simbolice mediate* îngăduie constatarea acestei masive intruziuni, oferită cotidian. O observaţie esenţială, desfăşurînd o viziune pragmatică, propunea John B. Thompson, notînd că astfel de forme simbolice mediate „nu sunt ideologice ca atare" (7, p. 204), dar servesc, în anumite circumstanţe, la stabilirea şi susţinerea relaţiilor de putere; motiv de a solicita

o „apropiere reflexivă" sau, mai exact, o cercetare critică. Mai ales că ideologiile nu pot fi detectate întotdeauna în opinii şi credinţe explicite; consacrînd un ideal, stabilind o ierarhie de valori şi orientînd acţiunea umană, ideologia consumeristă pilotează azi „proiectele de formare a sinelui" şi se răsfrânge — din păcate, uniformizator — în comportament, vestimentaţie, spaţiul relaţional etc. De prisos să mai subliniem importanţa covîrşitoare a mass-media sub aspectul efectelor, industrializînd spiritul. „Orientarea consumatoare" (E. Morin), prin difuzare masivă şi adresabilitate largă, degradează cultura clasică. *Civilizaţia mass-media*, prin valorile occidentale, încurajează, observa Zinoviev (9, p. 320), „un sistem al tentaţiilor"; iar trambulina mediatică, propunînd o altă cultură (*mass-culture*), limitată şi denaturată, face din aceasta un „mijloc de fixare" a ideologiei (9, p. 327), intrînd în circuitul comercial, stimulînd — prin pragmatismul infuzat — goana achizitivă. Moraliştii nu contenesc să critice această nivelare, sabotînd criteriile estetice şi ignorînd principiile morale. Cultura devine un concept „contaminat"; iar civilizaţia omoară cultura.

NOTE:

1. Bernard Miège, *Gîndirea comunicaţională*, Ed. *Cartea Românească*, Bucureşti, 1998; traducere de Măria Ivănescu, cuvânt înainte de Mihai Coman.
2. Doru Pop, *Introducere în teoria media* (Colecţia *Universitaria*), Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002.
3. Tatiana Slama-Cazacu, *Stratagemele comunicaţionale şi manipularea*, Ed. Polirom, Iaşi, 2000.
4. J.J. van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Ştiinţa comunicării*, versiune românească şi studiu introductiv de Tudor Olteanu, ediţia a II-a, Ed. Humanitas, 2000.





5. Mihai Dinu, *Comunicarea – repere fundamentale*, Ed. Ştiinţifică, Bucureşti, 1997.
6. Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, Ed. Meridiane, Bucureşti, 1998.
7. John B. Thompson, *Media şi modernitatea (O teorie socială a Mass-media)*, traducere de Miruna Tătaru-Cazaban, Ed Antet, Bucureşti, f.a.
8. Ignacio Ramonet, *Tirania comunicării*, Ed. Doina, Bucureşti, 2000; traducere de Matilda Banu.
9. Alexandr Zinoviev, *Occidentul – Fenomenul occidentalismului*, Ed. Vremea, Bucureşti, 2002; traducere de Nadejda Stahovschi.

## *LIMBAJUL DE LEMN ŞI DISCURSUL MEDIATIC*

„Democraţiile sînt în mare pericol în momentul cînd o putere nu are contraputerea ei."
(*Michel Rocard*)

Dacă pornim de la constatarea – foarte la îndemînă – că produsele culturii media nu sînt „un divertisment nevinovat" (cum, îndreptăţit, sublinia Douglas Kellner; vezi 1, p. 115), rezultă că dependenţa de media, şi ea o evidenţă, favorizează, fie şi insidios, manipularea, iar suprasaturaţia care ne asaltează nu încurajează o atitudine critică. Fără a fi, explicit, produse ideologice (în sensul coerenţei şi „purităţii"), astfel de produse standardizate, chiar „amalgamate", prin mesaje şi efecte, îşi dovedesc încărcătura ideologică măcar dacă avem în vedere, dincolo de controlul individului, impactul oprimativ şi dominator, oricum persuasiv la scară societală. Ceea ce ar presupune un sporit activism media în noua *ciberdemocraţie* tocmai în sensul unei educaţii media cultivînd deprinderile critice şi promovînd un interes în creştere pentru formele alternative, frecventînd şi alte rute informaţionale (ca sursă a schimbării) în contextul exploziei tehnologice. Pe de altă parte, sînt voci care, cu o înduioşătoare naivitate, cer o abordare „protecţionistă", incriminînd, îndeosebi, violenţa mediatizată. Întrebarea – de neocolit – priveşte putinţa (eficienţa) unei asemenea recomandări. Cum mass-media au devenit un mediu de existenţă, altfel zis chiar „aerul social" al epocii, ambientul nostru deci, e limpede că nu putem scăpa de o astfel de putere „apăsătoare", cotidian





amprentată. Şi nici de experienţa mediată care ne marchează, covîrşitor, traiectul existenţial. *Alfabetizarea media*, idee dragă lui Douglas Kellner, ar încuraja exersarea facultăţilor critice, îndepărtîndu-ne – conform profeţiilor optimiste – de pasivismul consumerist, pentru a face loc, după John B. Thompson, unui veritabil „proces hermeneutic" în procesul receptiv, într-o combinatorie apăsat personală. Mă tem că evidenţele sînt altele. Dacă degradarea *loisir*-ului nu poate fi contestată, nici gestul incriminator, sub umbrela unor metafore totalizatoare („cultura excrementală", de pildă) nu poate fi acceptat. Dar extensia canceroasă a societăţii de divertisment, serializarea galopantă şi impunerea „identităţii de piaţă" (Kroker şi Cook, 1986) sînt realităţi de netăgăduit, conducînd la implozia identităţii într-un acaparant vîrtej informaţional, favorizînd dezorientarea şi nesiguranţa. Supremaţia mass-media nu mai poate fi contestată. Noul tip de intimitate desocializează şi, prin superficialitatea excitantă a noilor modele „învăţate" (norme, roluri, valori), întreţine o dependenţă dezinteresată de reflexivitate. Încît a inculca şi a consolida sentimentul responsabilităţii pare un imperativ al epocii, punînd „sub control" oferta mediatică, de o teribilă bogăţie de voci ideologice şi coduri în conflict. Pare posibil? Ne amintim, Şcoala de la Frankfurt a respins în totalitate cultura de masă. Or, corespondentul ei de azi – cultura media – „are viitor". Opinia aceluiaşi Douglas Kellner (1, p. 392) nu poate fi zdruncinată, se pare. Dar soluţia întrevăzută de sociologul american gravitează în jurul acelei obsesiv invocate pedagogii media de tip critic, cu „strategii explicite de pedagogie culturală" (1, p. 393), frecventînd forme alternative de cultură. Cultura fragmentului, reamintim, prin atentatul la identitate (dezintegrarea subiectului), provoacă implozia sinelui

postmodern şi ne aruncă în dispersie şi incoerenţă. Cartea era cîndva simbolul „culturii de stoc" (Jean-François Barbier Bouvet). Azi, cultura „de flux" întreţine un consumerism exacerbat şi o instabilitate permanentizată, desacralizînd lumea. *Media* sînt realul în spectacol, forţînd vedetismul meteoric şi nu fac decît să potenţeze irealismul societăţii reale (G. Debord, 1992). „Invazia electronică" are o certă „disfuncţie narcotică" (Joseph Klapper, 1960), obligîndu-ne la a trăi „prin delegare" (Jean Stoetzel, 1951), compensativ, seduşi de evazionism (*escapist world*), retrăind o experienţă regresivă (J. Hartley, 1987). Lumea media pare a umple vidul (Jean Cazeneuve), iar consumul media, de neevitat, măreşte gradul de dependenţă şi sporeşte *grupul V.* (al „violabililor", după formula lui Tchakhotine, 1939). În fine, după atîtea vorbe grele, să mai adăugăm şirului de acuze un simptom de o maximă gravitate: *dispariţia sensului.* Scena postmodernă, de o năucitoare caleidoscopie, marchează *ruptura* cu societatea tradiţională, acuzată de un organicism neguros, şi ne invită în hiper-realitate; ea, după cum spuneam, pulverizează sensul, fragmentarizează subiectul şi, nu în ultimul rînd, pierde legătura cu realul. Totuşi, poate fi ignorată cultura media? Şi, mai ales, suspendă ea ideologicul? După Douglas Kellner, copios citat aici, ecranul mental postmodern ne îmbie într-un „deşert unidimensional de imagini" (1, p. 281), oferind modele de identitate. E vorba însă de un individ „diminuat". Fiindcă ideologia divertismentului, dincolo de confortul clişeistic, este de pură ventilaţie mentală, „aşezîndu-ne" în stereotipie şi sărăcie ideatică. Şi, dacă blamata limbă de lemn slujea ca





mijloc de mascare a realităţii (deturnînd comunicarea), nu mai puţin epoca mediatică, prin indistincţia construită savant (hibridînd realul), produce, prin standardizare şi infantilizare, *teleintelectuali* (P. Bourdieu), aspirînd chiar la planetarizare. Rîvnitul caracter universal-posibil (4, p. 57) al limbii de lemn capătă o ciudată concretizare în societatea „de supraveghere", ivită sub paradigma vulnerabilităţii. Aici rezidă, de altfel, şi distincţia fundamentală. Eroismul triumfalist, slujind tot o identitate de grup (în cazul comunismului) face loc unui individualism „precauţionist" al tehno-globalismului (5, p. 95), subminînd valorile tradiţionalismului. Dar, în ambele cazuri, recomandabilă rămîne inserţia în „angrenaj". Cultura eroică recunoştea apartenenţa clasială (în sens marxist), piaţa mondializată a societăţii de consum, conştientizînd riscurile (legate de diversitate, alteritate), fără a atenta la mentalitatea confortului (imposibil de a fi dislocat), procură mecanisme consolative, recunoscînd omniprezenţa riscurilor şi, implicit, vulnerabilitatea insului. De unde nesiguranţa, apatia socială, regresivitatea emoţională, la adăpostul unor şabloane comunicaţionale şi comportamentale. Fiindcă raţionalizarea tehnicistă nu poate înlătura această anxioasă conştiinţă a vulnerabilităţii; extazul postmodern, pînă la urmă, interesat de „suprafeţe", produce „un nou tip de nivelare" (Jameson, 1984), înlocuind oferta polisemică, aptă de o bogată decodare. Centrată pe imagine, cultura postmodernă, chiar încurajînd amestecul de stiluri, pare a se dispensa de profunditate; în consecinţă, decodarea, trăind sub fascinaţia imaginilor, nu comportă dificultăţi şi, în nici un caz, nu provoacă o frenezie hermeneutică, saturată de ideologie. Conţinutul ideologic se rezumă la descifrarea frivolă a suportului narativ, subjugat de „piaţa de identitate" (1, p.

279). Şi atunci putem vorbi de o *critică ideologică* aplicată fenomenului mediatic? Subcultura tehnologiei de vîrf a devenit copleşitoare, proliferarea codurilor narative – vidate, de regulă, de o dominantă culturală sub presiunea „comercializării" – încercînd doar a oferi *individului electronic* ceea ce Douglas Kellner numea „efectul de real". Riscurile sînt imense deoarece *societatea spectacolului* încurajează masiv *teledependența*, implicit lansează invitația la superficialitate, promovînd un terifiant *neo-analfabetism TV*. Iar pe de altă parte, în „era standardizării" democrația însăşi pare primejduită, cîtă vreme întîrzie afirmarea unei contra-puteri, capabilă să blocheze efectele sociale media (persuasiune, manipulare), ori, dimpotrivă, desocializarea pe scară largă pe care o induce, cum s-a observat, noul tip de intimitate, tot de cauzalitate mediatică. Declinul comunităților organice este o evidență. Iar peisajul media, aplicînd „categoriile gramaticale ale interesului globalizat" (V. Nemoianu), se uniformizează. El, ciudat, întreține bulimia consumeristă pe fundalul unei atomizări sociale, stimulînd individualismul agresiv, standardizat, aliniat unei limbi de lemn pe care discursul mediatic o cultivă dezinvolt şi o impune eficient, la scară planetară. Dacă aşa stau lucrurile, a discuta funcția lui ideologică (voalată) devine chiar o necesitate.

*

Într-o lucrare monumentală (1951), încercînd a descifra „originile totalitarismului" şi propunîndu-şi a identifica mecanismele care au făcut posibilă instaurarea unor regimuri totalitare (fie ele fasciste sau comuniste), fosta studentă a lui Heidegger şi Jaspers, Hannah Arendt observa că menținerea lor convoacă acțiunea conjugată a propagandei (sfidînd





realitățile prin îndoctrinare) şi a instaurării terorii, fireşte după preluarea puterii. Mai mult, Eugen Hadamowsky era de părere că „folosirea violenței poate face parte din propagandă" (*apud* 2, p. 448). Cum propaganda totalitară, dovedind calități demagogice şi îmbrățişînd limbajul *scientismului profetic* (2, p. 459), evadează în ficțiune, e limpede că ea scapă de sub „controlul prezentului" (2, p. 454). Atît comunismul, care anunța triumfalist, în pofida unor eşecuri temporare, viitorul de aur (incontrolabil) în numele *verdictului implacabil al istoriei*, cît şi nazismul, care flutura teza *verdictului genetic*, îşi propuneau să transforme chiar natura umană, nu doar circumstanțele socio-politice. Fireşte, considerînd în prelungirea convingerii pozitiviste, pe urmele lui A. Comte, nu doar că previzibilitatea e cu putință, ci că ea devine infailibilă. Ceea ce se cuvine imediat semnalat în legătură cu propaganda totalitară ar fi teribila ei eficiență, combinînd – nota tot H. Arendt – scientismul ideologic cu tehnica profetică (2, p. 454).

Noi vom încerca, în cele ce urmează, să evidențiem rolul *limbajului de lemn* în articularea şi folosirea acestui mecanism. Cu o precizare însă, probată deja: nu credem că limba de lemn ar fi o exclusivitate a regimurilor comuniste, aşa cum sugerează Françoise Thom, o expertă în sovietologie. Cartea sa (*La Langue de bois*, Julliard, Paris, 1987), tradusă şi la noi, consideră că limba de lemn, cu fluxu-i malefic, ar fi „un produs jalnic al ideologiei" (3, p. 223), iar „ora perestroikăi ar fi vestit o nouă fază a limbii de lemn" (3, p. 230). Ca să fim drepți, orice epocă îşi inventează limbajul de lemn, şi el însoțeşte fidel societatea umană. Altminteri, colapsul comunismului ar fi condus şi la decesul acestui limbaj, ceea ce, din păcate, nu s-a întîmplat. Ca dovadă, înfloritorul limbaj de lemn al tranziției.

Dar noi nu ne-am propus aici să descifrăm „funcţionalitatea" limbajului de lemn în contextul regimurilor totalitare. Ne vom sprijini, bineînţeles, pe afirmaţiile redutabilei cercetătoare Fr. Thom, cea care afirma tranşant că „istoria limbii de lemn coincide cu cea a ideologiei" (3, p. 177). Evident, limbajul devine instrumentul puterii şi se urmăreşte dominaţia prin limbaj, ceea ce ar fi (potrivit lui H. Schelsky, 1976) „ultima fază a sclavizării". Discursul, oferind o carcasă doctrinară, devine mecanic, suferă de maniheism, polemism şi automatism, are o izbitoare monotonie şi este lipsit de spirit autocritic. Dacă limba naturală este anihilată de discursul ideologic, prin marxism – observă Fr. Thom (3, p. 206) –, limba de lemn capătă „o vigoare nouă". Totuşi, Marx nu scrie într-un astfel de limbaj primitiv, devenit instrument de luptă politică şi impunînd, pe un ton belicos, *cuvinte-fanion.* Experienţa totalitară cultivă frenetic ficţiunile ideologice, folosind abuziv discursul hegemonic şi tehnicile manipulatorii, ascunzînd realul. Canoanele *sov-limbii*, de pildă, oferă un confort clişeistic divorţînd de gîndire (*cf.* 3, p.78) şi alunecă în vorbărie, fiind, de fapt, un mijloc de mascare a realităţii în numele „logocraţiei populare". Sîntem în plină *realitate discursivă* (ca să preluăm sintagma lui J. Baudrillard, sociologul francez denumind astfel societatea mediatică de azi). În ultimă instanţă, prin limba de lemn înţelegem frazeologia stereotipă, acea „vorbire încremenită" impunînd un stil standard, conducînd la pasivitate şi disimulare, rod al intoxicării şi osificării. Această *Newspeak* (G. Orwell)[3],

[3] Nu doar în chingile totalitarismului putem devoala tarele limbajului (politic, îndeosebi), folosind masiv „cuvinte hipnogene" (4, p. 75). Acea *nouă vorbire* (*Newspeak*), propunîndu-şi o manipulare lingvistică în scopuri politice, este la fel de prezentă şi





trăgîndu-se din „limba de stejar" (greoaie, figurativ) a lui Usakov (1935) şi cunoscînd, prin anii '70, consacrarea sub eticheta de *langue de bois*, intră, negreşit, prin efecte, în lista stratagemelor comunicaţionale, impunînd „tăvălugirea stilistică" (*cf.* Tatiana-Slama Cazacu; vezi 4).

Statul totalitar are nevoie de un astfel de discurs politic, folosit abuziv, suferind de impersonalizare şi maniheism. Limba de lemn serveşte ca vehicul ideologic şi, în pofida stilului scientoidal (Zinoviev), e carenţată de un *dualism de bază:* pe de o parte, dezvoltă o imagine războinică, agresivă şi, pe altă parte, această fecunditate lexicală cade într-o sintaxă sărăcăcioasă, uniformizatoare. Idiomul sovietic, preluat în toate ţările-satelit, eliberează acest şuvoi verbal golit de conţinut, pendulînd între vigilenţă şi frică, şi foloseşte cuvinte-clişeu (mobilizatoare, verbe la imperativ sau viitor, anunţînd angajamente ferme), cu rol hipnogen (4, p. 75), evidenţiind stereotipii de gîndire cu pretenţii de „incantaţie magică". Mascînd realitatea, regimurile totalitare iau, astfel, în stăpînire limbajul, ridicînd baraje cenzurale. Sechestrată, limba de lemn devine „organul central al statului totalitar" (3, p. 142), oferindu-se ca discurs multiplicat, cu sens unic, dorindu-se „a îngheţa" societatea civilă. Ca instrument al unei ideologii, limba de lemn – omniprezentă – ocupă şi existenţa publică, servind drept trambulină carieriştilor şi impunînd, la scara societăţii, *o pedagogie de lemn* (3, p. 142). Ceea ce nu înseamnă că astfel de categorii „de lemn" întîlneam doar în defuncta păsărească sovietică; societăţile hedoniste, explozive azi în numele unui consumism „fără frontiere", sînt, şi ele,

în contextul libertăţii manipulate. Iată, Casa Albă – dovedea profesorul Joe D'Andrea – nu s-a dat în lături în cazul Irakului (dar şi în atîtea alte cazuri) de a proceda orwellian, folosind vorbirea cu dublu sens (*doublespeak*).

private de spiritualitate, oferind o cultură epidermică, slujind *ideologia divertismentului* (ca supra-ideologie a epocii noastre). Logoreică, limba de lemn sfîrşeşte prin a mima comunicarea. Ba evidenţiază, la o cercetare atentă, prăpastia dintre realitate şi limbaj (invocînd, cu orice prilej, valorile supreme); energia verbală, astfel eliberată şi cheltuită păgubos, cade într-o „mare trăncăneală" (cum definea criticul M. Iorgulescu universul caragialean). Privat de funcţia critică, limbajul „de lemn", chiar „eliberat" de servituţile şi presiunile statului totalitar, nu poate fi eradicat. Dincolo de cariera glorioasă la noi a unor cuvinte-cheie (Schimbare, Reformă, Tranziţie etc.), asistăm, la nivel planetar, la impunerea unui limbaj mediatic „lemnos", infantilizînd publicul. Cultura „de flux", oferind o avalanşă de imagini, ne aruncă – potrivit lui Douglas Kellner – într-un „vîrtej caleidoscopic de semiurgie radicală" (1, p. 281). Iată de ce studiile culturale sînt o armă a criticii sociale (1, p. 398), trezind capacitatea de discernămînt, în timp ce lava informaţională, revărsată nemilos asupra noastră, şi practica *zapping*-ului conduc, dimpotrivă, la atrofierea spiritului critic.

Limba de lemn ca „produs jalnic al Ideologiei" (*cf.* Fr. Thom) întreţine un gol ideatic. Hiperbolică, repetitivă, îmbibată cu îndemnuri mobilizatoare, ruptă de real şi pîndită de parodie, ea serveşte manipulării, realizînd o comunicare deturnată. Fiind o particularitate lingvistică existentă în orice dogmă / ideologie, limbajul de lemn şi-a descoperit potenţialităţile politice ale ideologiei prin conducerile totalitare. *Raţionamentul totalitar* oferă la tot pasul cîte un „alibi retroactiv" (2, p. 458). Să ne amintim că, în 1939, Hitler acuza





financiarii evrei că ar intenţiona să declanşeze un război mondial, avertizîndu-i că astfel se va ajunge la anihilarea rasei. Sau că Stalin, în 1930, numea deviaţionişti „clasă muribundă". În ambele cazuri, e vorba de o exterminare anunţată (profetizată), inserată însă unui proces istoric care va confirma aserţiunile conducătorilor. Încît, concluziona Hannah Arendt, locuitorii unei ţări totalitare nu pot fi decît executanţi sau victime (2, p. 606). Or, mijlocul de acţiune rămîne ideologia, iar vehicolul ei – faimoasa limbă de lemn, paralizînd spiritul civic. Să reţinem însă că toate ideologiile, ne asigură H. Arendt, cuprind elemente totalitare (2, p. 609). Firește, mişcările totalitare vor dezvolta maximal aceste potenţialităţi, *gîndirea ideologică* avînd pretenţia unei explicaţii totale, cu aură de infailibilitate, aptă însă de a oferi previziuni veridice. Instaurînd, aşadar, „tirania logicii" (ideologia fiind, literal vorbind, logica unei idei), Statul totalitar perfecţionează constrîngerea terorii totale. Iar succesul dominaţiei totalitare ar fi asigurat de incapacitatea oamenilor de a face distincţia dintre realitate şi ficţiune, de neputinţa de a separa adevărul de fals. Limba de lemn a fost exploatată nemilos în acest sens şi s-a dovedit un instrument de o diabolică eficacitate.

*

O constatare la îndemînă spune că cei ieşiţi dintr-un regim totalitar suportă „amprenta totalitară" şi acuză conflictul dintre presiunea formativă a statului-Partid (cu efecte perverse, încurajînd minciuna, jocul duplicitar) şi rezistenţa pe care unii chiar au dovedit-o (6). *Personalitatea totalitară* (ca personalitate „dirijată", depersonalizată, rod al eforturilor propagandistice) ar fi tocmai produsul epocii totalitare. Trecînd peste o uşoară inadecvare (poate fi omul „strivit" o Per-

sonalitate?), ne întrebăm dacă modelul de om nou, parţial internalizat, cum recunoaşte Dan-Ioan Dascălu (6, p. 235), poartă sigiliul totalitarismului şi manifestă, la scară de masă, un astfel de comportament? Parcă nu am subscrie unei atari concluzii, pe care titlul ales o anunţă ca posibilitate. Dar pe care, să recunoaştem, semnatarul cărţii nu o aruncă, imprudent, pe masa demonstraţiei.

Să trecem însă la fondul problemei. Dan-Ioan Dascălu purcede la o lectură în cheie psihosociologică a fenomenului totalitar şi constată că noul tip de personalitate, suportînd severul control al regimului totalitar, fenomenele de masificare, persuasiune, manipulare, traversează experienţa *resocializării* (6, p. 77). Modelul Omului nou – cu proiect ideologic – ţinteşte, de fapt, depersonalizarea. Iar internalizarea rîvnită, angajînd voinţa politică a sistemului, rămîne – în majoritatea cazurilor – parţială, eşuînd într-o adaptare / adoptare instrumentalistă (V. Havel folosind chiar sintagma de „autototalitarism social").

Să ne amintim că socialismul şi-a propus programatic omogenizarea socială. Altfel spus, o societate fără clase (ca obiectiv ideologic), rezultînd un ansamblu amorf, manipulabil, obedient (6, p. 103). Este contextul totalitar un mediu prielnic multiplicării Personalităţilor? Dimpotrivă, cîtă vreme vom accepta, presaţi de realităţi, că „funcţionarea capilară a puterii" (M. Foucault), sistemul carceral, gregaritatea, arbitrariul puterii totalitare impunînd – după formula lui C. Milosz – o „gîndire captivă" politizează viaţa socială şi ideologizează politicul, desfăşurînd o „voinţă originară": cea care vizează transformarea radicală a ordinii sociale în funcţie de o anumită ideologie. Iar ideologia pusă la lucru de Partidul-stat avea nevoie de o pedagogie socială pe măsură. Idealul educativ





viza, de fapt, înregimentarea. Personalitatea totalitară (ca personalitate modală) este o construcţie dirijată (A. Neculau, 1999), oscilînd între internalizare şi manipulare, sub presiunea „influenţelor sociale", orchestrate de aparatul propagandistic. Această pedagogie inventată, fluturînd idealul omului nou, doritor a se lepăda de „vechile obiceiuri", produce un individ de serie, adaptat noilor condiţii prin supunere. Contextul totalitar, observa A. Michnick, este un amestec de teroare şi promisiune socială, cultivînd obedienţa. Individul, integrat în mecanismele socio-politice, devine un instrument, eliberat de responsabilitate morală: sau, ca să preluăm sintagma lui S. Milgram, atinge „starea agentică". Dar conflictul, semnalat stăruitor de Dan-Ioan Dascălu, nu poate fi escamotat. Proiectul omului nou întîmpină o rezistenţă difuză sau coagulată, îmbrăcînd haina unei false adeziuni. Încît personalitatea totalitară, ca *produs* al presiunii unui regim forte, face din ideologie doar „coloratura unui ritual al supunerii" (6, p. 237). Să fie vorba de un ins captiv, care s-a predat definitiv, îmbolnăvindu-se de conformism? Sau, poate, eforturile aparatului birocratic al Partidului-stat, modelînd personalităţile prin depersonalizare, nasc efecte perverse, îndemnînd la o domnie a minciunii (în dublu sens): pe de o parte, mistificarea realităţii (practică obişnuită a regimurilor totalitare), pe de altă parte, ritualismul (înşelînd puterea), alimentînd, dincolo de aparenţe, o rezistenţă difuză, dar lăsînd urme în mentalul colectiv. Experienţa totalitară păstrează astfel de reziduuri traumatice, şi subiecţii, chiar „neortodocşi" (în sens ideologic) fiind – după vorba lui J.P. Deconchy –, rămîn marcaţi, psihic şi moral.

Aşadar, pentru a rezuma demonstraţia d-lui Dascălu, vom conchide că personalitatea totalitară este un produs al

totalitarismului, nu o premisă (6, p. 9). Omul nou este un executant docil, un simplu instrument, un „obiect amorf". Ca „om de masă", personalitatea totalitară suportă impregnarea ideologică (*cf.* A. Neculau) şi, testînd oferta de integrare, învaţă „codul supravieţuirii" (obedienţa, secretizarea, raportarea falsă, dezinformarea). Ne intrigă însă o aserţiune a autorului, convins că, în regimurile democratice, „fenomenul nu poate fi întîlnit". Vom încerca să demonstrăm contrariul, convinşi că masificarea nu este o invenţie comunistă. Şi, în paralel, acceptînd (cu rezervele menţionate) formula *personalităţii totalitare*, să chemăm la rampă *personalitatea mediatică*, acuzînd, credem, o simptomatologie comună. Fiindcă, pînă la urmă, societăţile de masă (cunoscînd disoluţia grupurilor primare, favorizînd alienarea, sugestionabilitatea, interşanjabilitatea) sînt pepiniera totalitarismelor (6, p. 101). H. Arendt este şi mai tranşantă: regimurile totalitare apar în societăţile masificate, ocupînd – se ştie – scena Istoriei o dată cu „era mulţimilor" (G. Le Bon). Dar totalitarismul ca mod de guvernare este un regim ideologic, instaurînd teroarea. Chiar dacă aceeaşi H. Arendt distingea între caracterul totalitar al unui sistem şi „faza (lui) totalitară", controlul total presupus de un astfel de regim ne obligă să constatăm că „teroarea penetrează societatea în profunzime" (6, p. 31). Totalitarismul, evident, este un regim politic aflîndu-şi impulsul în „voinţa originară" (R. Aron), oferind un proiect ideologic şi asigurîndu-şi dominaţia prin represiune. „Caz patologic", după J.-Fr. Revel (1992), totalitarismul instaurează teroarea şi, prin ideologizarea brutală a societăţii, se autolegitimează. Presiunea regimurilor totalitare, fie ele de stînga sau de dreapta, asigură o dominaţie totală; firesc, după ce promisa schimbare socială, fluturînd proiecte utopice, anunţă radicalismul. După ce un B.





Mussolini anunţase şi experimentase „statul totalitar", interesul pentru fenomenul totalitar s-a relansat o dată cu cercetările de anvergură iniţiate de H. Arendt (1951). Ca regim politic, totalitarismul este o „descoperire" a secolului trecut, dovedindu-se o temă atractivă şi alimentînd apoi, prin sovietologie, o bogată literatură. Unii, acuzînd tocmai balastul ideologic, au pus sub semnul întrebării condiţia ştiinţifică a conceptului. Definit expres ca „regim ideologic" (*cf.* A. Besançon, 1995), totalitarismul, antrenînd dramatice costuri sociale, nu este doar fenomen politic. Aşa cum problema ideologiei nu poate fi privită, credem, doar ca opţiune raţională. O mişcare totalitară într-o societate atomizată exploatează tocmai bazele psihologice ale mecanismului „fugii de libertate" (E. Fromm). Există, neîndoielnic, o tendinţă spre supunere şi dominaţie, instalînd apatia pe care o „profesează" acea *majoritate atipită* (H. Arendt). După cum un caracter autoritar, setea de putere, fascinaţia ei ţin (şi) de zestrea genetică şi definesc structuri de personalitate care ar îndreptăţi eticheta *totalitaristă* mai degrabă decît cei care, vieţuind într-un regim totalitar, îşi conştientizează neputinţa, insignifianţa, sfîrşind prin a fi resocializaţi după o cură de depersonalizare.

Dar fascismul şi comunismul, deopotrivă, ca *ideocraţii*, pun mare preţ pe imaginea propagandistică, în divorţ cu adevărul. Rolul ideologiei în regimurile totalitare presupune, se ştie, un control total, asigurînd monologul puterii în limbaj ritual. Logica gîndirii ideologice cere imperativ controlul şi manipularea informaţiei, statul fiind „confiscat" de Partidul revoluţionar (unic). „Înghiţind" societatea, partidul strangulează comunicarea socială şi cultivă mistificarea. Introduce, altfel spus, propriul tip de „normalitate": apatie socială capitulardă, psihologia captivităţii, neobişnuinţa cu

adevărul şi libertatea. Chiar mitul situaţiei ireversibile (A. Marino), cîtă vreme regimul clamează zgomotos propria-i credibilitate şi imuabilitate.

Totuşi, chiar ideologie dominantă fiind (mai exact: unică), marxismul – ca „religie de substituţie" (M. Djilas) şi-a erodat în timp credibilitatea. El, ca „reflex al puterii", şi-a dovedit – cum cerea Lenin – combativitatea, utilitatea politica. Ritualizarea regimului comunist i-a şubrezit eşafodajul doctrinar, adîncind prăpastia dintre adeziunea entuziastă şi cea formală. Dar cum orice societate „secretă" ideologie, avînd doar legitimitate ideologică, regimul comunist a intensificat aberant educaţia ideologică şi a impus un sever *filtru ideologic*. Apropiată sistemului de credinţe, repudiată în urma colapsului comunismului şi dizolvării hinterlandului sovietic, ideologia de inspiraţie marxistă supravieţuieşte ca o *forma mentis* (G. Sartori). Sub formula de *totalitarism post-totalitar* (sau sistem post-totalitar, cum numea, în 1978, V. Havel comunismul post-stalinist, ceva mai relaxat) ar trebui să includem nu doar experienţa totalitară descrisă în teoriile „clasice". Mai ales că J.B. Talmon vorbea de o „democraţie totalitară" (1960), şi, cu totală îndreptăţire, avînd în vedere eficacitatea mecanismelor de manipulare, am putea identifica azi un *totalitarism media*. Şi pe acest temei o *personalitate mediatică*, tributară industriei divertismentului (în fond o supraideologie, cum bine s-a observat). Infantilismul social (terifiant) al personalităţii e înlocuit, prin bombardament mediatic, cu un deprimant infantilism psihologic; tragismul de altădată face loc omniprezentei culturi „de divertisment" (chiar dacă nu e foarte sigur că ar exista, în acest sens, un ferm „proiect ideologic"). În fine, ştergerea distincţiei dintre adevăr şi fals prin mistificare face loc, în societatea mediatică, hibridării dintre realitate şi ficţiune. Şirul paralelismelor ar putea





continua. Izbitoare ni se pare însă convergenţa efectelor uniformizante, multiplicînd – în toate aceste variante – omul „de serie", depersonalizat. Sigur, vor exista voci gata să conteste aşa-zisul mit al receptorului pasiv, victimă a invaziei culturii epidermice (a subculturii). Dar în *era tehno-culturii* (Scarpetta), într-o societate care face din informaţie o resursă-cheie, transmisia culturală a devenit cu adevărat accesibilă, democratică; o comunicare de masă, aşadar. Cu precizarea că această cultură pentru mase nu se identifică cu ceea ce s-a numit cultura maselor.

Este de ordinul evidenţei că atotputernicia divertismentului mediatic favorizează, la rîndu-i, pasivitatea socială, conformismul, evaziunea, „participarea imaginară" (E. Morin). Piaţa mediatică a devenit un narcotic social. Iar divertismentul funcţionează, repetăm, ca o supraideologie (Neil Postman). Să ne gîndim apoi că veritabilul loc al culturii se află în acţiunile individuale (Sapir, 1949): antropologia culturală a exploatat intuiţia lui Sapir şi interacţionismul şi-a tăiat vad printre curentele în vogă. Şi Margaret Mead era de părere că indivizii „constituie cultura"; ea rămîne un proces achizitiv şi se răsfrînge în comportamentele individuale. Oricum am privi cultura, ea nu este un dat, nu se transmite „ca genele", nota etnologul francez Denys Cuche (7. p. 66). Individul îşi „apropriază" cultura, şi efortul, se înţelege, nu este întotdeauna îmbietor. Exceptînd expunerea media (TV, îndeosebi), şi ea ritualică, care produce *teleintelectuali* (P. Bourdieu) pe bandă. Şi care îndreptăţea semnalul de alarmă tras de unii analişti lucizi (Noam Chomsky, printre alţii; vezi *Media Control*, Europa Verlag / Hamburg, Viena, 2002), pledînd pentru un „sistem de autoprotecţie" al cetăţenilor dezorientaţi în democraţiile

consolidate, nu mai puţin vulnerabile la fenomenele de masificare şi manipulare.

Chiar dacă ne înecăm în informaţie (cum pare a crede J. Naisbit), nu putem fi „surzi la media". Poate că totuşi R. Escarpit avea dreptate cînd denunţa iluzia comunicării globale. Comunicarea de masă este, potrivit aceluiaşi, o fantasmă; veritabilul subsistem de comunicaţie ar fi *grupul*. Or, încercînd o privire contextuală, dincolo de sistemele normative, regulile şi convenţiile funcţionale într-un cadru societal dat, s-ar cuveni să observăm că astfel de suporturi (grupale, clasiale) prezintă teribile inegalităţi (economice, sociale, politice). Şi, desigur, culturale, abordarea interacţionistă impunînd termenul (impropriu) de *subculturi* şi impulsionînd, în avalanşă, studiile asupra comunităţilor (cu deja faimosul Robert Lynd, deschizînd lista). Nu e un secret că sociologia americană a fost puternic influenţată de antropologia culturală, „descifrînd" prin lentila multiculturalităţii soarta valurilor de imigranţi în societatea americană (receptoare). Iar cultura globală (de referinţă) se situează, spun unii analişti, „la intersecţia subculturilor" (7, p. 78). Aşa fiind, ar fi cazul să medităm dacă nu cumva *cultura media* este cultura globală a epocii noastre.

În fine, *Instituţia media*, stîrnind interesul roiurilor de analişti, este, nu încape nici o îndoială, o sursă de putere şi o industrie. Ea impune un cîmp cultural (în expansiune) şi, mai grav, impune „propriile sale constrîngeri" (P. Bourdieu). Apariţia tehnicilor de comunicare moderne asigură democratizarea culturii. Şi orizontalizarea ei. Fiindcă media, condiţionînd opinia publică şi uniformizînd gusturile, slujeşte, cu egală devoţiune, fenomenelor de *masificare* şi *mediocrizare*, pe fundalul





alienării. Şi dacă *socializarea secundară* este un proces continuu, trecînd prin desocializare şi resocializare (cum am văzut că se întîmplă cu *personalitatea totalitară*), nu mai puţin *personalitatea mediatică* suportă, după noi, presiunea unui alt totalitarism, invocînd acum „puterea globală". *Totalitarismul media*, virulent în societăţile cu „identitate suplă" (Amselle, 1990), s-ar părea că refuză monoidentificarea (etnocentrismul). El cere însă o analiză „polemologică" a culturilor (2, p. 102), fiind vorba aici de raporturi de dominare culturală, fără a beneficia, neapărat, de o superioritate intrinsecă. Despre acest imperialism media, o cruciadă devastatoare purtată în numele globalizării, vom mai vorbi însă.

*

Chiar stigmatizată, cultura media, văzută globalizator, se dispensează de constrîngeri. Dependenţa de confort şi de consum, întreţinerea reflexelor consumeriste printr-o penetranţă de largă audienţă, au atras şi un feroce val de critici, îmbrăţişînd chiar o viziune apocaliptică. Democratizarea accesului a fost însoţită de sărăcirea conţinutului simbolic; încît *industrializarea culturii*, prin egalizarea şi orizontalizarea ofertei, decăzută la statutul de marfă, a marcat, de fapt, o pronunţată *despiritualizare*, impunînd prevalenţa (supremaţia) criteriului economic. Altfel spus, invazia subculturală, confiscînd interesul omului mediu, a instaurat, insidios, o *cultură brutală* (E. Shils), vidată de reflexivitate tocmai prin „simplificarea conţinuturilor". Trăind sub presiunea etichetărilor negative, cultura media prosperă însă sub auspiciile transconsumerismului. Critica industriilor culturale nu oboseşte în a blama deriva, insistînd pe omogenizarea peisajului (în sensul prăbuşirii culturii înalte). Totuşi

existența unor cîmpuri culturale (subculturi, în regim alternativ) nu poate fi tăgăduită. Dar calea către o nouă civilizație (hedonistă) urmează, se pare, rețeta euforică a divertismentului narcotizării. Așa-numita cultură „de flux" aduce cu sine instabilitatea, incoerența, fragmentarizarea, o dată cu planetarizarea galopantă a efectelor. În același timp, nu se poate să nu observăm că redistribuirea puterii și a prosperității creează disfuncții la scara planetei, agravînd asimetriile lumii și întărind relațiile de dominație / periferializare. Implicit, de erodare a coeziunii sociale și de atrofiere a funcției critice. Încît *sistemul media* (adică suma instituțiilor, dar și suportul ori tehnologia lor) cultivă, la adăpostul confortului clișeistic, o subtilă tehnică manipulatorie, într-un stil standard, de sărăcie lexicală și gol ideatic. Noua limbă de lemn, plonjînd în „realitatea discursivă" a lui Baudrillard, ascunde, de fapt, realul tot sub ambalajul unor ficțiuni ideologice (e drept, mascate). Devenind un imperiu mediatic, SUA își exportă triumfalist modul de viață. Din păcate, preluările se fac pe latura superficialității, în numele unui integrism nivelator, servil, gata de a sufoca diversitatea, alungînd spiritul critic. De unde și alerta identitară, încercînd, fals-salvator, un refugiu în etnocultură, reanimînd arhaicitatea în fața tăvălugului globalizării. Culturile „tari", în prelungirea relațiilor inegale de putere, omologate politic nu mai folosesc azi tezismul ideologic, de brutalitate doctrinară (precum coercitiva sovietizare), ci provoacă insidios, subliminal, reflexele consumeriste, de succes populist, cîștigînd bătălia. Nu mai e vorba, firește, de retorica dictaturilor ori de găunoasele clișee propagandistice ale învățămîntului politic. Convingerea noastră e că limba de lemn nu a dispărut o dată cu prăbușirea regimurilor comuniste (cum pare a crede Fr. Thom, cea care oprea analiza la „epoca





gorbacioviană"). Abia acum cultura media dobîndește acel „caracter universal-posibil" (4, p. 57) și îndreptățește o privire critică, prin activarea unei ramuri în eclipsă: *pedagogia media*. Așa cum, de altfel, îndeamnă chiar unii analiști americani (cazul proeminent fiind Douglas Kellner), invitînd repetat la efortul de alfabetizare a criticii media și la impunerea unui *control social* responsabil. Care ar fi însă contraputerea în stare să țină în frîu explozia mediatică?

NOTE:

1. Douglas Kellner, *Cultura media*, Ed. Institutul European, Iași, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă și Liliana Scărlătescu, prefață de Adrian Dinu Rachieru.

2. Hannah Arendt, *Originile totalitarismului*, Ed. Humanitas, București, 1994, traducere de Ion Dur și Mircea Ivănescu.

3. Françoise Thom, *Limba de lemn*, Ed. Humanitas, București, 1993; traducere de Mona Antohi, studiu introductiv de Sorin Antohi.

4. Tatiana Slama-Cazacu, *Stratagemele comunicaționale și manipularea*, Ed. Polirom, Iași, 2000.

5. Ovidiu Hurduzeu, „Sindromul vulnerabilității", în *Convorbiri literare*, nr. 1 (85)/ ianuarie 2003, pp. 94-97.

6. Dan Ioan Dascălu, *Personalitatea totalitară*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2002.

7. Denys Cuche, *Noțiunea de cultură în științele sociale*, Ed. Institutul European, 2003; traducere de Mihai-Eugen Avădanei, prefață de Camelia Grădinaru.

## *CULTURĂ ŞI „IRADIERE" IDEOLOGICĂ*

„Sparta antică era un stat militar. Anglia de la mijlocului secolului al XIX-lea era primul stat industrial al Europei. Astăzi, Statele Unite sînt primul Media State din istoria lumii."

(*Kevin Phillips*)

Se spune (şi nu fără temei) că micile naţiuni au avut şi au mari „probleme". În spaţiul european afirmaţia pare valabilă, îndeosebi, pentru lumea Sud-Estului, suspectată de intoleranţă şi reacţii etnopatologice, supusă – observa Al. Zub (1) – hipercriticismului (cu inevitabile avarii imagologice), încercînd acum o reabilitare prin regăsirea proiectului europeist. „Nu discutăm aici injustiţea etichetologiei, inventînd opoziţii rigide prin „lectura" inadecvată a realităţilor. Ca „regiune culturală" (T. Vianu), zona balcanică este mai degrabă una a interferenţelor: e drept, o zonă mozaicată, frustrată, întîrziată, acuzînd presiunile politicului în intervalul comunist, obsedată acum, în „penibila tranziţie postmodernă" (1, p. 14), de discursul identitar pe fundalul exploziv al alterităţilor etno-culturale.

Pornind de la aceste observaţii (foarte la îndemînă, dealtminteri), dorim a lămuri cîteva aspecte legate de supravieţuirea culturilor „mici", supuse bruiajului ideologic „de export". Soluţia, evident, nu poate fi refugiul în alt spaţiu spiritual („fuga din





Balcani", de pildă, sau iluzia că ţinem de „centralitatea" europeană). Dar rezistenţa, în timp, se poate dovedi izbăvitoare; vom face demonstraţia readucînd în atenţie o mai veche polemică, mascînd abil un mesaj revizionist. Şi întrebîndu-ne dacă, în noul context, dominat de *cultura media* (ca mod de viaţă, oferind „un mediu cultural înşelător", cu o ideologie „implantată"; vezi 2, p. 14), hibridînd culturile şi antrenîndu-ne în demenţiala cursă a consumului, un astfel de refuz mai e cu putinţă.

Eseul lui Milan Kundera (1984), *The Tragedy of Central Europe*, care, se ştie, a iscat abundente controverse şi a sugerat o viziune nouă (spiritualistă, în esenţă), recunoştea că divizarea continentului perpetua o situaţie tensională. Sovietizarea Europei de Est, prin exportul de revoluţie (în pofida liniştitoarelor promisiuni staliniste), a condus la o Europă bipolară. Cele două paradigme, în conflict ideologic, au generat, în spaţiul central-european, şi frămîntări de alt soi; animate de credinţa orgolioasă că sînt *o parte a Vestului* (apartenenţa fiind organică), ţările Europei Centrale au încercat *desprinderea de Est*, refuzînd deci o civilizaţie de import şi cleştele sistemului totalitar, impunînd „echilibrul terorii". Au izbucnit astfel, de-a lungul anilor, în aşa-numitul *hinterland sovietic*, numeroase tentative de „eliberare" pe care Occidentul, cu vădită ipocrizie, le-a taxat ca fiind o nesemnificativă „gîlceavă de familie" (*querelle de famille*, după vorbele lui De Gaulle). Mai apoi, germenii gorbaciovismului au debordat limitele sistemului pretins infailibil: exportată şi ea, *perestroika* a consfinţit decesul despotismelor ideologice ale secolului, prăbuşirea comunismului însemnînd – crede Francisc Fukuyama – *sfîrşitul Istoriei*. Dar optimismul politologului american, convins că triumful liberalismului parafează, la scara Istoriei, un *epilog global*, de un izbitor finalism

raţionalist are, deocamdată, o bază şubredă. Frămîntările care întreţin o veritabilă dezordine mondială sînt departe de proiectata *Lume nouă*, în care rivalităţile ideologice ar fi sucombat. Negreşit, iată, intrarea în *post-istorie* (ca să folosim termenii lui Fukuyama) este legată de naufragiul comunismului; şi, pe bună dreptate, politologul avertizează că nu doar falimentul economic a condus la acest deznodămînt precipitat, pulverizînd utopismul politic. „Sfîrşitul Istoriei", îmbrăţişînd teleologia istorică hegeliană, pune în discuţie statutul fiinţei umane, dorind a limita injustiţia şi a anihila orice recidivă autoritaristă. Profeţind ascensiunea liberalismului (şi destinul unei idei „triumfaliste"), cartea lui Fukuyama *Sfîrşitul istoriei şi ultimul om* este, dincolo de vogă, martora euforică a *decomunizării.* Eseul lui Kundera, ne amintim, nu îndrăznea să spere că acest proces va fi cu putinţă; el visa, cum spuneam, pentru spaţiul central-european o desprindere de Est, divorţînd de ideologia comunitară, comunismul însemnînd „deprivarea naţiunilor de esenţa lor". Vroia, aşadar, un destin occidental, posibil printr-o explozie culturală. Să notăm, parantetic, că în două veritabile studii (*Există Europa Centrală?*, 1986 şi *Imperiul în declin*, 1988), Timothy Gordon Ash sancţiona acest „scenariu mitopoetic". Iată însă că utopicul proiect, mai puţin preocupat de un program social-politic, invocînd însă, repetat, memoria colectivă, pregătind un răspuns cultural, a prins chip. El a fost sprijinit şi de alte iniţiative; cazul sociologului György Konrád, care, în *Antipolitics: An Essay*, schiţează ideea unei *politici antipolitice* (antisocialiste, de fapt), impunînd un dualism al puterii. Astfel, apariţia unei societăţi civile (independentă faţă de structurile politice) va putea, finalmente, să schimbe sistemul, lichidînd şi lunga alienare a Europei Centrale,





anulînd, prin convertire culturală, graniţele din 1945. Fiindcă, pentru Kundera (şi mulţi alţii), *Europa este doar Vestul.* Rusia, exclusă din Europa, înseamnă *o altă civilizaţie.* Fiind un „Occident sechestrat", ţările din *Mitteleuropa* se revendică de la un orgolios fenomen spiritual, considerînd că o viziune europeană poate fi cultivată *doar aici.* Aşadar, dacă factorul politic le-a împins pe orbita Estului, culturaliceşte ele aparţin de Vest, împotrivindu-se „iradierii ideologice" şi unui *destin deviat.* Negreşit că ofensiva Bisericii Catolice a stimulat potrivnicia faţă de ideologia „slavă"; de altfel, *bariera religioasă* (consfinţită prin ivirea, în anul 860, a Bisericii creştine bicefale) a prefaţat divizarea continentului, chiar dacă, în timp, contextele geopolitice au suportat prefaceri radicale. Să nu uităm că, în centrul continentului, era cîndva Imperiul Habsburgic. Avalanşa discuţiilor despre acest „Occident sechestrat", invocînd liantul unui fenomen spiritual şi fluctuaţia graniţelor „imaginare", nu este străină de intenţia reajustării hărţilor. Chiar dacă, aparent, n-ar fi vorba de o Europă geografică, ci de o spiritualitate „deviată", nu trebuie să ignorăm ceea ce un alt sociolog numea „partea ascunsă a problemei". Unde ar fi, aşadar, Europa Centrală? Ce înţelegem prin această bătătorită sintagmă? Nostalgia Europei Centrale încearcă multe spirite, invocînd un spaţiu gravitaţional şi un fost imperiu de „neînlocuit"; este vizibilă intenţia refacerii Europei Centrale, în sensul unei mişcări culturale de amploare, asimilînd o familie de popoare „egale în drepturi" într-o singură naţiune „mai mare". Iată un vis care rămîne, spunea Fr. Palacky, „viu şi puternic".

Să fie doar un nevinovat vis? Întotdeauna, acest spaţiu – o zonă-tampon între Germania şi Rusia – a fost nesigur, vulnerabil, deschis poftelor anexioniste. O zonă care a afişat aroganţa pangermanismului (eşecul lui fiind

considerat „pacostea Europei"), dar şi trufia maghiară, atinsă de un ciudat bovarism naţional, fluturînd psihoza imperială. Deşi în contul a ceea ce numim *Mitteleuropa* s-a vorbit de „puritate spirituală", scepticism şi toleranţă, vacarmul triumfalist instalat după eradicarea tarelor totalitarismelor, aruncînd Europa de Est într-un vid ideologic, pare contaminat de „rebalcanizare" şi demonul naţionalismelor. Manipularea sentimentului naţional în cadrele fostului stat-partid reactivează, pentru fiecare ţară în parte, viziunea maniheică în imagologie, caracterologiile naţionale colportînd prejudecata „celuilalt" (ca duşman „ancestral") şi inflamînd „naţionalismele chiriaşilor coabitanţi". Încît vechile *konkurenz-nationalitat*-uri (naţionalităţi „concurente") întreţin pofta încăierărilor, stimulînd fricţiunile etnice; de unde şi interesul pentru redesenarea hărţii continentului.

Dar ceea ce numim Europa de Est (sintagma în care „fiecare vede ce vrea", cum se pronunţa Danilo Kiš), cîndva „o redută spirituală", a cunoscut – o dată cu destrămarea Imperiului – sentimentul agoniei, cutreierat de sonuri funebre. A devenit acest spaţiu un *loc epuizat*, „vesela apocalipsă" invitînd la căutarea unui *Nou Centru*? Aşa s-ar părea, din moment ce Novski (celebrul Boris Davidovici), un „internaţionalist feroce", devenit – după o „documentare" în Gulagul sovietic – „o cochilie goală de om", poposeşte în capitala Revoluţiei mondiale; din moment ce *în noua Lume*, populată de anarhişti, iluminînd Utopia (şi dezvăluind, astfel, un univers carceral), totul poate fi (şi trebuie) citit cu semnul invers. Manipularea biografică e un procedeu la îndemînă; anii misticismului revoluţionar fac loc terorismului stalinist, încît *migraţia Centrului* (acceptînd frontierele laxe ale unui





concept nebulos) nu face decît să confirme prăbuşirea succesivă a Utopiilor.

Stalinismul expansionist a împins graniţa „Imperiului extern" spre vest; conflictul dintre politic (cu galeria sinistră de dictatori şi torţionari) şi cultural (nutrind un „vis periculos") trăia, mascat, sub umbrela invocatului *fatalism istoric*.

Aşadar, ce defineşte sau ascunde Europa Centrală? Care este conţinutul acestei sintagme, manevrată cu dezinvoltură de unii, preluată voluptuos de alţii, dedaţi exerciţiilor nostalgice, plutind – dezorientaţi – în ceaţa tuturor confuziilor? Ce încărcătură are acest *concept-idee*, încercuind o zonă nedefinită de mici naţiuni, aflată (după Milan Kundera) între Rusia şi Germania? Dacă această familie de state mici, apăsate de *nesiguranţă*, îşi iroseşte – într-o Europă fărîmiţată – energia naţională în lupta pentru supravieţuire, cum am putea exclude din acest grup tocmai România? Dacă aceste ţări, *outsideri* ai Istoriei, au înţelepciunea de a nu risca (evitînd o sinucidere), atunci România, ameninţată de atîtea potrivnicii, este chiar un exemplu convingător.

Dar Europa Centrală este, înainte de orice, zic partizanii sintagmei, *un refugiu spiritual*, o moştenire culturală: chiar un bastion ideologic (după E. Bussek). Să pornească de aici o cruciadă împotriva Răsăritului? V. Havel era sceptic în această privinţă şi, de altfel, nici nu găsea necesară o astfel de iniţiativă. Cîndva, aşa-numitul *plan Churchill*, ţesut în jocul culiselor diplomatice, năzuia spre un „cordon sanitar", protejînd – firesc – propriul Imperiu faţă de ameninţările Golemului de la Est. Kundera crede că Europa Centrală a concentrat dramele continentului şi că periclitarea identităţii a favorizat (ca soluţie salvatoare) combustia culturală, provocînd marile explozii. Dar nu este drept de a invoca, obsesiv, doar ameninţarea forţei ruseşti. În fapt,

înainte de a trece sub aripa rusească, Europa Centrală a fost anihilată de nazism; şi dacă „spiritul slav" s-a întins peste blocul sovietic în numele unui ficţiuni lingvistice (cazul Romîniei şi al Ungariei), merită o discuţie amplă, cu probele la îndemînă, nu doar deciziile samavolnice ale „centrului imperial" (György Konrád), ci şi reacţia internă la pericolul „rusificării". Tîrgul de la Yalta a spulberat iluziile. Dar nu trebuie să fabricăm, la infinit, *scuze istorice* – nota, într-un eseu-replică (intitulat *Cealaltă civilizaţie*), Milan Šimečka. Intrate pe orbita rusească, aceste ţări invocau mezalianţa cu Occidentul, încercînd – în pofida vocaţiei „demonice" a Centrului – a-şi păstra occidentalitatea. Confuzia (voită) dintre ideea imperială şi comunism uită că Rusia dorea dintotdeauna să devină o „monarhie universală": iar comunismul însuşi, departe de a fi o molimă rusească, pare un *fatal import* din Occident (observa Soljenîţîn). Încît *rusificarea comunismului* prin experimentul sovietic a trezit, în pofida declaraţiilor triumfaliste, a apologeticii de partid, reacţii violent-nihiliste, mergînd pînă la exorcizarea Rusiei. Dar ne putem întreba: nu cumva prin monolitizarea Imperiului şi încarnarea ideii, ruşii sînt, de fapt, prima victimă a comunismului? Şi apoi, ivirea Rusiei comuniste, cu acelaşi apetit hegemonic, ce poate să însemne: *negarea Istoriei ruseşti sau împlinirea ei*? Interogaţia lui Kundera rămîne în picioare, scriitorul ceh (citat stăruitor în cercurile apusene pentru faimosul eseu din 1984, tipărit în *The New York Review of Books*) vorbind de „abaterea destinului" ţărilor central-europene, expuse *viiturii barbare*. Mai puţin cunoscut (ca să nu spunem ignorat) este eseul lui Milan Šimečka (amintit mai sus), o replică, cum spuneam, la *Tragedia Europei Centrale*: în *Cealaltă civilizaţie*, Šimečka observă că, doar aparent paradoxal,





Rusia s-a apropiat de Europa prin comunism, o idee preparată şi testată, ştie oricine, în laboratoarele vestice. E drept că, după cel de-al doilea război mondial, Europa s-a divizat, primînd o coloratură ideologică. Dar poate fi, astfel, Rusia exclusă din Europa sub eticheta unei „alte civilizaţii", impenetrabilă (cum o consideră Kundera)? Şi apoi este (a fost?) totalitarismul de tip sovietic, în pofida presiunilor centrifuge, unicul pericol? V. Havel denunţa, de pildă, *escatologia impersonalului*, gravul pericol al pierderii dimensiunii umane, ameninţînd întreaga omenire, indiferent de războiul ideologiilor, asalt întreţinut cu fervoare de *media*, să recunoaştem.

Ospitalitatea ideologică a Estului, chiar dacă nu a atins tensiunea dilematică a lui Castro (*Socialismo o muerte*), a acceptat – pînă la capcana perestroikăi – virusul marxist. Ca mitologie aplicată, comunismul a prelungit coşmarul istoriei într-o utopie laică, promisă unui viitor incert. Or, a guverna – după Hobbes – înseamnă a face să se creadă ceva: *Gouverner c'est faire croire*! Mitul comunist ca idee socializată (Regis Debray) s-a degradat treptat, ajungîndu-se la decomunizarea Estului. Asistăm aşadar la falimentul unei doctrine?

Acelaşi Debray, atent la prefacerea contextelor, studiind drumul anevoios de la idee la praxis (adică de la simbolic la politic), vedea în *Cursul de mediologie generală*, consacrat Istoriei doctrinelor (aşadar, genezei *-ismelor*, supuse riscului *-izării*, cum sîntem preveniţi), că discreditarea lui Marx, un autor „demonetizat" acum, are semnificaţia unei *deziluzii simbolice*. Sugestia unei *mediologii* merită toată atenţia şi invită la interogarea contextelor: de ce, adică,

o anume idee germinează (cazul unor curente de gîndire: creştinism, freudism, marxism ş.a.), în timp ce altele, nu mai puţin ispititoare, se sting în magma virtualităţilor? De ce, altfel spus, unele teze îşi dezvăluie doar latenţele, anunţînd probabilităţi ale Istoriei, fără a deveni act, fără a-şi dovedi puterea spiritului încorporat acolo, privîndu-ne, astfel, de ceea ce Debray numeşte *variaţii eidetice*?

Iată aşadar destinul ideii comunismului, doctrină „încarnată" prin jocurile balanţei Istoriei, ghilotinată acum prin *decomunizare*. Dacă *cristianizarea*, în pofida atîtor oprelişti, a rămas o axă morală, ce asigurări am putea avea că *marxizarea*, în evident recul, a sucombat? Dar, pe linia acestui raţionament, ar trebui să notăm că privirea nostalgică a lui Kundera sesiza, elegiac-maniheic, tocmai *dispariţia Europei Centrale* prin infuzia marxistă. Europa Centrală, anunţa inflexibilul scriitor ceh, este cultură sau destin: *este deci vina Europei Centrale că Occidentul nici nu băga de seamă că ea nu mai există*? Că ea, deviindu-şi destinul, a fost „smulsă" din Europa?

Nu comentăm aici abuzurile acestui raţionament, sfidînd Europa geografică. E drept că „barbarizarea lumii" (Franz Werfel) privea absurditatea politizării, nebunia ideologică şi, deci, rîvnita protejare a culturii, îndepărtînd pericolele iscate de virusul marxist; dar, să nu uităm, blocurile rivale gîndeau exclusivist-ideologic într-un cîmp de mare varietate culturală, iar *revoltele* central-europene aveau ca adresă regimurile politice instalate aici prin „argument" militar, replicînd în forţă, anihilant nucleului opozant. Şi apoi, totalitarismul estic a cunoscut relaxări şi variaţii, de la atmosfera





respirabilă (cazul Ungariei) la dictatura grotescă în ultimii ani ceauşişti!

În vremea din urmă, cu deosebire pînă la erupţia anticomunistă, viaţa publică în spaţiul central-european părea *inundată de nostalgie*. Refugiul în trecut însemna, vizibil, *utopizarea trecutului*, încît, *il mito absburgico* (Claudio Magris), glorificînd ideea imperială şi sentimentul supranaţional, părea a reactualiza chiar defunctul imperiu, întreţinînd, în diverse cancelarii, pofta redesenării hărţilor europene. Cazul flagrant nu este Austria (din întîmplare, neutră, făcînd eforturi de a-şi căuta identitatea după faza exilării naţionalismului arian), ci *ungarismul*. Să invocăm aici tranşanta afirmaţie a lui M. Kundera: „Oamenii Europei Centrale nu sînt cuceritori". Aşa să fie? Nu este Hitler produsul *par excellence* al acestei civilizaţii? „Implacabila aberaţie" (cum o califică Milan Hauner într-o *Scrisoare deschisă* adresată revistei *The New York Review of Books*) se explică prin zelul nostalgic şi apetitul metaforic. Kundera, un „însolit literat ceh din emigraţie" (aprecierea e tot a lui Hauner) este „posedat de emoţii" şi deci poate, pe acest temei, să răstălmăcească Istoria. Cel ce publica, în 1981, *Pariul ceh*, slăvind pe merit înfloritoarea ramură central-europeană, nu poate ascunde adevărul istoric îndărătul unei „metafore temerare". Cum se împacă, oare, viziunea profetică cu mesajul revizionist, întreţinut de concepţia „imperialismului necesar"? Ofensiva propagandistică maghiară se îmbată cu iluzia unei alte misiuni (şi meniri) civilizatorii, Ungaria fiind însăşi „inima Europei". Iată, în *Transilvania – trecut şi viitor*, publicată în 1943 la Geneva de tandemul Bajcsy-Zsilinsky (şi apărută la Budapesta chiar în tălmăcirea lui Arpád Göncz!), romantismul istoric face loc unei revanşarde proze fabulatorii, afişînd un nestins dispreţ pentru

românitate. Egolatria unei naţiuni este împinsă la marginea incredibilului; invocîndu-se obsesiv „diferenţa penibilă" dintre cele două popoare, se consideră că Transilvania trebuie repusă sub stăpînirea Sfintei coroane ungare.

Din păcate, au existat în Istoria noastră generaţii dispuse la trădări şi cedări. Putem aduce în discuţie şi cazul Basarabiei; putem invoca, mai încoace, laşitatea colectivă favorizînd delirantul cult ceauşist, insinuînd teroarea – după preceptul leninist – drept mijloc de convingere. Şi astfel, varianta *comunismului balcanic* (amestec între stalinism şi caragialism) a tribalizat societatea, sub modelul despotismului asiatic. Statul politic devenise la noi, cu adevărat, „capriciul personal" al unui individ, stăpîn discreţionar peste un univers insular. Secretomania, suspiciunea, ţesătura intrigilor şi controlul absolut hrăneau o autocraţie voluntară, blocînd orice reformism propus de elita „conspirativă". Dar, la noi, *inteligenţa de partid* părea mulţumită (cîtă vreme îşi conserva privilegiile) de cursul autonomist al politicii româneşti; n-au fost cazuri de eretism neo-marxist; cultura politică, în contextul mecanismului opresiv (încurajînd involuntar „dublul limbaj"), părea a se fi consolat cu ideea eternităţii sistemului, favorizînd doar un „eroism larvar". Mai mult, Partidul Comunist a traversat o prelungită criză de identitate, avînd o importanţă periferică în ilegalitate. Căutarea legitimităţii naţionale, prin resuscitarea patriotismului (1964) şi inventarea unei tradiţii (care să justifice hegemonia), n-au depăşit cadrele unei „relaţii problematice"; o dată cu degradarea utopiei (proces care defineşte orice ideologie), s-a produs doar saltul de la naţionalismul „umil" (de prin 1958) la *etnocentrism* (comunismul naţional). Dar n-a fost nicicînd vorba de un marxism critic (heterodoxie), ci de o permanentă răfuială a noilor lideri cu





predecesorii prin vehicularea alternativelor revizioniste, de o continuă re-scriere a Istoriei din perspectiva unui prezent lunecos, erodînd blindajul doctrinar al unui marxism rigid. Vintilă Horia vorbea, în *El Mercurio* (ianuarie 1991), pe urmele lui Dragos Kalajič, de *socialismul dadaist*, închizînd „porţile înţelesului". Ceea ce s-a întîmplat în România este, într-adevăr, foarte aproape de idealul dadaist.

Pe de altă parte, putem invoca (ceea ce, iarăşi, s-a făcut) şi „opresiunea supraetajată". Dacă românii nu au putut face cultură întotdeauna în sensul occidental al cuvîntului, motivaţia – explica Mircea Eliade – e că n-au fost lăsaţi să o facă: deci nu de neputinţă ar fi vorba, ci de împrejurări vitrege, mereu şi lamentativ invocate, chemate să lămurească ceea ce un Cioran numea „vocaţia eşecului". Dar şi atunci cînd ţara rămăsese „fără ruşi" (adevărat, în condiţiile victoriosului transplant politic), obedienţa noastră proverbială, în aliaj cu isteria naţională, păreau a confirma diagnosticul lui Paul Goma: *România s-a ocupat singură*! Să fie România, cea pe care o visăm, *o iluzie imposibilă*? Siguranţa unui sceptic vizionar (cum a fost, indiscutabil, Cioran) se clatină, nădăjduim, în faţa acestei dureroase interogaţii.

*

Cum obsesia identitară întreţine o largă meditaţie, ţintind specificul şi diferenţa ca preocupări de fond ale reflexiei româneşti, sîntem îndreptăţiţi să observăm că polemica asupra formelor fără fond („trecută", să notăm, prin dreapta radicală şi comunismul naţionalist) continuă, fără a da semne de stingere a înţelesului ori de sleire a temei. Negreşit, „formele fără fond" aveau, se zice, raţiunea lor. O

astfel de adoptare şi adaptare „premature, dar imperative" obligă la dependenţă şi cere *un anume format politic*, scria Jowitt, adică un „idiom organizaţional şi ideologic", în absenţa căruia întîrzie recunoaşterea internaţională. Or, gestul de a fi recunoscut pe plan extern are drept premisă un comportament politic compatibil cu standardele occidentale. În asta rezidă, esenţialmente, „lecţia paşoptiştilor". Aşa privind lucrurile, este limpede că ceea ce s-a numit „comportamentul inteligibil al elitelor", fie ele economice, politice sau culturale, conducînd la acceptarea Occidentului în sensul unei reciprocităţi benefice, înseamnă aderenţa şi împărtăşirea unui set de valori comune. Ca să fim drepţi, nici anii tranziţiei nu evită echivocul; o fluctuanţă a opiniilor, motivată de repoziţionarea noastră diplomatică, lipsită – din păcate – de o abordare strategică, neînnămolită în conjunctural, naşte semnale contradictorii, departe de a indica fermitatea direcţiei pro-occidentale, în pofida declarativismului zgomotos. Şi, cu atît mai puţin, de a internaliza standardele vestice. Inflaţionarea „iluziilor identitare" ne slăbeşte autoritatea şi legitimitatea, în pofida încrederii „de acasă" (supraevaluată, de regulă). Ca să nu mai vorbim despre rîvnita funcţionare performantă, impersonală, autonomă a instituţiilor ori de separaţia puterilor; la noi predomină paternalismul şi autoritarismul, sub patronajul relaţiilor „de clan". Încît, departe de a tranşa vechea dilemă (reductibilă, simplist, la dihonia dintre autohtonişti şi europeişti), climatul postotalitar a relansat disputa, reactivînd filonul interbelic. Fiindcă, se ştie (deşi constatarea e trecută, de regulă, sub tăcere), antioccidentalismul românesc nu este o achiziţie a propagandei bolşevice. Rezultă că vectorul occidentalizant nu exprimă, de fapt, cultura dominantă.





Sau, mai exact, deschiderea spre Occident – constata Gail Kligman – este „o politică, dar nu încă o cultură".

*

Lumea de azi a îmbrăţişat frenetic „cultura consumului". Sub impactul *media*, divertismentul s-a industrializat şi „funcţionează" ca supra-ideologie. Iar postmodernismul, reamintim, oferă un „alt mod de a gîndi lumea". Ca paradigmă culturală *paradoxală*, postmodernismul manifestă neîncredere în progres şi refuză gîndirea „fundamentalistă". El distruge sensul, provoacă dezorientarea şi descentrează umanul, cultivînd o putere dispersată. Postmodernitatea, prin *consumer capitalism*, impune „producerea de nevoi"; cultura consumului, nota sarcastic Ph. Samson, „nu face nici o discriminare" şi pregăteşte, sîntem tentaţi să credem, apocalipsa postmodernistă. Indiscutabil, *populismul postmodern* demolează ierarhia şi elitismul. În faţa acestei perspective, ce avem de făcut? E recomandabilă resemnarea sau, dimpotrivă, acceptînd proiectul iluminist ca fiind greşit, ne reîntoarcem la premodernism? O reevaluare, cred unii, ar face posibilă o altă direcţie. Mai poate omenirea vira, fortificînd noţiunea de realitate, devenită un fenomen discursiv?

Dar „revizitarea trecutului" obligă tocmai la reevaluare. Cultura postmodernă include şi Istoria atroce, şi modernitatea agresivă; dar ea nu mai propune acum adevăruri inatacabile, ci întreţine fervoarea ipotezelor. Diferenţa e acceptată (mai degrabă declarativ), iar soluţiile coexistă, se speră, fără conflict. O astfel de acceptare reciprocă, sub flamura toleranţei, neagă – finalmente – valorile. Diferenţa devine *indiferenţă*, ierarhiile se

aplatizează, iar puterea de a comunica scade, prin cultura mediatică, dezinteresată de a capitaliza valorile, în superficial şi epidermic. În plus, refuzul anteriorităţii, replica (inevitabil polemică) transformă modernitatea intensivă într-o postmodernitate autodistrugătoare. Paradoxal, postmodernitatea, prin această nouă „iradiere ideologică", se neagă pe sine.

NOTE:

1. Alexandru Zub, „Lumea Sud-Estului şi integrarea europeană", în *Convorbiri literare*, nr. 5 (89)/2003, p. 12.
2. Douglas Kellner, *Cultura Media*, Ed. Institutul European, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu, prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.



## *„MCWORLD" ŞI ALERTA IDENTITARĂ*

„Oamenii se aseamănă mai mult cu timpurile lor, decît cu părinţii lor."
(*Guy Debord*)

Frămîntările lumii de azi, aflată în reaşezare, întreţin şi amplifică criza identităţilor. Se practică chiar, pe scară largă, un maniheism contraproductiv: logica integrării, spun multe voci, intră în conflict cu eruptivul proces al reafirmării identităţilor. De unde concluzia – superficială – că fenomenul identitar ar fi un obstacol al integrării. Or, identitatea este mai profundă decît construcţiile geo-politice (multe artificiale) şi nu se poate asigura – observa sociologul Ioan Mihăilescu – în cadrul unor structuri demografice sau teritoriale de nivel continental (1, p. 6); mai mult, prin integrare se cedează o parte din autonomie, dar nu şi din identitate (1, p. 7). Ceea ce înseamnă că procesul integrator nu presupune drept condiţie fatală ştergerea identităţii. Integrarea prin diferenţiere păstrează ataşamentul comunitar (teritorial, etnic, religios, lingvistic), implicit sistemele referenţiale identitare. Ceea ce s-a întîmplat în unele ţări ale UE în privinţa reorientării electoratului pare mai degrabă a fi o reacţie *pro-identitară* (1, p. 6), respingîndu-se, astfel, acuzele (grăbite!) care aşezau fenomenul sub împovărătoarea etichetă a extremismului de dreapta. Oricum, identitatea – se ştie prea bine – nu e o problemă de opţiune politică. Iar reacţiile în cauză, alertînd clubul analiştilor, erau anunţate de prognozele sociologice: reculul

demografic al societăţilor vestice, în evidentă îmbătrînire şi permisivitatea faţă de „masa migraţională" pregăteau astfel de şocuri culturale, implicit proliferarea/reactivarea „temerilor arhetipale".

Paradoxal, *era mondializării* a deşteptat şi scoriile naţionalismului. S-a trecut de la intoxicare la demonizare: în replică la posibilitatea apariţiei unei *lingua franca* (engleza, în speţă), proiect deloc utopic, interesul pentru localism mobilizează culturile „parohiale" şi pasiunile identitare. Mai cu seamă că societatea de masă, pe fundalul mobilităţii, condamnă la anonimitate şi atomizare, iar trîmbiţatul multiculturalism înseamnă o „ghetoizare", consfinţind capitularea Europei în faţa ofensivei „americanizării". Fie că se vorbeşte abundent *despre postetnicitate* (precum un David Hollinger, pentru care drepturile colective nu mai au sens), fie ca se invocă obsesiv *postdemocraţia*, e limpede că puternicii lumii dovedesc egoism şi cinism. Absenţa certitudinilor pe termen lung într-o „societate flexibilă" (Richard Sennet), erupţia individualismului primar agresiv, iresponsabil (*cf.* Amitai Etzioni), disoluţia personalităţii în era mediatică (ştergînd diferenţele dintre cultura înaltă şi „culinaristică") ar trebui să conducă, crede Ralph Dahrendorf, la creşterea ponderii şi rolului societăţii civile, la armonizarea intereselor individuale şi sociale. Nu credem, cel puţin în actuala fază, că societatea civilă ar putea copleşi rolul jucat de instituţiile statului (cum sună unele profeţii sociologice hiperoptimiste), dar „întărirea comunităţii şi a vocii sale morale" (cum cere Etzioni) ni se pare o doleanţă credibilă şi, poate, realizabilă, însemnînd şi salvarea specificităţii culturale.

În ceea ce ne priveşte, bîjbîiala în „tunelul" tranziţiei denunţă o fază inerţiară; România, dezorientată,





înecată în vorbăria integrării euro-atlantice are -- s-a observat – o direcţie, dar nu o strategie. „Ţintele" sale de dezvoltare vor produce efecte-bumerang dacă, dincolo de risipa argumentativă şi retorica clişeistică, larg împărtăşită deocamdată, nu apar semnele bunăstării, risipînd actuala *demotivare* (1, p. 9). „Europortunismul" este o uriaşă şansă, dar ea nu exclude dezvoltarea comunitară şi nici apelul la prezervarea reperului identitar primordial, taxat nedrept ca o manie estică!

Că aşa stau lucrurile ne-o dovedeşte chiar faptul că, în UE, educaţia şi cultura, ca principale instrumente de promovare a identităţii, sînt lăsate la „libertatea completă a statelor membre" (1, p. 6), în pofida tentativei unora de a impune *sisteme normative comune*. Cert e însă că absenţa unei strategii diminuează „capacitatea de negociere", oferindu-ne o politică de obedienţă; după cum integrarea nu înseamnă, automat, rezolvarea tuturor problemelor. Există, negreşit, un pachet problematic, în stricta competenţă a autorităţii naţionale. Soluţionarea lui presupune o sporită coeziune socială, solidaritatea – prin convergenţa eforturilor – fiind la baza oricărui proiect politic modern. Or, societatea există ca *fapt social* (în sens durkheimian) şi fiinţează şi ca *proiect*, angajînd toate forţele, nu doar nucleul etnic, şi implicînd refacerea încrederii, deopotrivă la nivelul relaţiilor interpersonale şi al integrării instituţionale. *Criza de încredere* trebuie depăşită. Va trebui să înţelegem că proiectul tranziţiei nu cere o ideologie obedientă, manevrînd inadecvat concepte şi imagini mentale (cazul naţionalismului reziduual, al disjuncţiei zgomotos clamate dintre conştiinţă etnică/conştiinţă civică sau a societăţii civile, văzută neapărat în relaţie opozitivă, ca parte privată, nepolitică -- în accepţie gramsciană -- a suprastructurii sociale).

Reamintim apoi că o constatare de largă circulaţie, împărtăşită, totuşi, nu fără rezerve, acreditează teza că, în general, „este bine ca societatea să aibă capital social" (2, p. 29). Deşi termenul lansat, se pare, de Lyda Judson Hanifan (1916) suferă de imprecizie şi se dovedeşte imposibil de cuantificat, el ar defini – după Fr. Fukuyama – „rezerva totală a relaţiilor sociale de cooperare, bazate pe normele cinstei şi reciprocităţii" (2, p. 31). Este evident că acea înfloritoare „artă a asocierii", lăudată de Alexis de Tocqueville în condiţiile celei mai individualiste democraţii (evident, cea americană), a cunoscut o nouă erupţie, favorizată de cercetările sociologului James Coleman şi ale politologului Robert Putnam, interesaţi, în anii '80, de rolul capitalului social în generarea societăţii civile.

Asupra acestei chestiuni stăruie şi Jackie Smith, preocupat de posibilitatea apariţiei unei *Societăţi Civile Globale* (3). Înainte însă de a aprofunda acest subiect, vom reaminti că *absenţa capitalului social*, uşor de diagnosticat prin indicatorii tradiţionali ai disfuncţiilor sociale, lasă să se înţeleagă că *devianţa socială* denotă tocmai o lipsă de capital social. Iar acesta ar reflecta existenţa unor norme de cooperare, dar ar cunoaşte o distribuţie inegală, lipsind o evidenţă fermă privind apartenenţa grupală ori, dimpotrivă, lipsa de implicare civică (pusă în evidenţă de *National Commission on Civic Renewal*). Viaţa comunitară s-a deteriorat: afirmarea unor noi norme şi a unei noi morale ar fi posibilă doar prin dialog cultural, societăţile regenerîndu-şi astfel, printr-un proces dificil, rezervele de capital social (2, p. 286). Jackie Smith e convins că societatea civilă e capabilă să genereze capital social, chiar dacă Robert Putnam (1995) limita această posibilitate la contractul *face to face*. Mai mult, examinînd relaţia dintre organizaţiile de mişcare socială transnaţională şi capitalul social, autorul menţionat nota că astfel de organizaţii





în expansiune şi cîştig de vizibilitate, creează o infrastructură socială globală, mobilizînd resurse politice pentru schimbări sociale. Dar centrul de greutate se deplasează spre acţiuni colective transnaţionale, cîtă vreme recunoaştem „natura transnaţională a problemelor" cu care ne confruntăm. Inventarul problemelor globale stimulează largi dezbateri publice şi, implicit, apariţia unor identităţi transnaţionale, antrenînd colaborarea dintre agenţii statali şi mişcările cetăţeneşti.

Este favorizat *dialogul transnaţional*, mobilizînd grupuri marginalizate şi asigurînd democratizarea procesului politic global. Astfel de mişcări sociale organizate transcend politicile locale (naţionale) şi penetrează sfera relaţiilor internaţionale, fără a avea însă şi posibilităţi decizionale. Mediind între interesele locale şi instituţiile globale (Banca Mondială, FMI), ele încurajează *o presiune globală* în creştere, asigurînd contactul între grupurile nonstatale şi instituţiile internaţionale. *Transnaţionalizarea mişcărilor sociale* fructifică oportunităţi şi identifică soluţii colective, apărînd „o demnitate culturală globală" (3). Cum guvernele naţionale nu pot impune decizii interstatale, acest *activism transnaţional*, sensibilizînd opinia publică (pusă în faţa unei problematici criziste de dimensiuni planetare), ar asigura tocmai dezvoltarea *capitalului social global*. Implicit, fortificarea societăţii civile globale, înţelegîndu-se că gravitatea problemelor cu care se confruntă umanitatea, departe de a genera efecte locale (pe fundalul unui pacifism ameninţat), obligă la o abordare planetară. Să menţionăm doar *campania Greenpeace* ori ofensiva *EarthAction*, atenţionînd că acele cîştiguri militaro-economice (prioritare în sfera decizională a marilor puteri, îndeosebi) atentează, pe termen lung, la însăşi supravieţuirea speciei, iar globalizarea, ca proces în

marş, ne îndeamnă să gîndim responsabil la soarta planetei, înţelegînd că întronarea unei *conştiinţe planetare* ar fi cheia rezolvării atîtor chestiuni nevralgice, cumulative în orizontul crizist al noului mileniu. *Societatea civilă globală* poate interveni, credem, salvator.

O dată cu mondializarea vieţii sociale, pe agenda sociologiei s-a înscris, ca obiectiv prioritar, redefinirea conceptului de *realitate socială.* Realitatea globală a devenit, se vede bine, un suprasistem social asaltat de un inventar crizist, cumulativ, gata să scape de sub control; iar multiplicarea şi „autopropulsarea" problemelor, creşterea interdependenţelor acuză absenţa unui centru decizional, apt de a gestiona – crede Armand Mattelard – *noua ideologie globalitară* (4, pp. 74-83). Să observăm, întîi, că discursul universalist propune o falsă imagine a *satului global* (McLuhan), ignorînd polarizările lumii de astăzi. În fond, existăm într-o asimetrică lume-arhipelag, oferind violente segregări sociale; „ghettouri de siguranţă", dar şi întinse zone asincrone, de sărăcie endemică, făcînd din întîlnirea dintre particular şi universal o sursă de conflict. Ceea ce ar obliga la o reteritorializare a mizelor mondializării (4, p.81), dincolo de superficialitatea extensiei – ca pojghiţă civilizaţională –, a produselor, tehnologiilor şi modelelor de viaţă prin vectorul consumerist.

În plus, devine tot mai apăsător-anxioasă constatarea că globalizarea nu este doar o provocare conceptuală. Retorica ei dezinvoltă nu se poate dezinteresa de gestiunea totalitară şi securitatea globală, noi fiind departe de a oferi generaţiilor care vin o lume „mai sigură", unificată sub spectrul spaimelor comune. Motiv de a pleda pentru edificarea unei *conştiinţe globale*, însoţind şi modelînd ascensiunea culturii globale, posibilă prin „explozia" tehnologiilor audio-vizuale, fireşte globalizatoare. Ba se instaurează ca experienţă me-





diată şi ţine cont, inevitabil, de *conexitatea* (John Tomlinson) cu care ne confruntăm. Dar o cultură globală este departe de a fi monolitică, înaintînd uniliniar în postmodernitate. Unii analişti (cazul lui Anthony Smith) consideră că ar fi chiar prematur să discutăm despre o astfel de posibilitate; evident, dacă nu restrîngem cîmpul analizei la promovarea globală a bunurilor de consum, beneficiind de o popularizare eficientă, rapidă şi zgomotoasă, sau la avalanşa de imagini şi informaţii, bombardîndu-ne cotidian şi alimentînd falsa teză a omogenizării culturale. Complexitatea procesului nu poate fi ignorată; pe de o parte, el ne propune identităţi alterate, experimentînd „*dis-locarea*"; pe de altă parte, accelerarea aculturaţiei, atentînd la memoria colectivă, pare vidată de orice implicare emoţională. Oricum, practicile culturale fac din comercializare argumentul suprem al cotidianităţii, impunînd *cultura de week-end* în izbitoare degradare axiologică. Capitalismul se extinde prin „reţeaua rizomică de consumatori", şi prezenţa lui ca mod de viaţă pare a-şi găsi argumentul forte nu în seducţia ideologică a textelor doctrinare, ci, îndeosebi, prin *cultura consumeristă*, transformînd totul în bunuri de consum. Avea dreptate S. Latouche să observe că *McLumea* înseamnă o standardizare internaţională a stilurilor de viaţă şi că procesul la care asistăm (numit de autorul francez *westernization*) este, în esenţă, anticultural, sufocînd diversitatea.

Din unghi sociologic, orice cultură, se ştie, este intim legată de un anume loc (spaţiu) şi vădeşte coerenţă prin efortul (colectiv) de construire a sensului. Localul a fost şi rămîne suportul identităţii. Cînd Giddins (1990) vorbea despre *dislocare* şi Clifford (1992) pomenea de „culturi itinerante", era vizat fenomenul de penetrare, de interferenţă a culturilor. Or, „legăturile culturii cu un anumit loc

sînt slăbite de conexitatea complexă" (5, p. 48). Sîntem martorii planetari ai unor evenimente „la distanţă", primim, prin fluxul de informaţii şi imagini, „vizita" altor culturi, topim zestrea culturală în orizontul globalităţii, nutrind o experienţă comună, ocupînd o modernitate ambiguă, accesibilă la nivelul culturii media, oricum nelocalizată. Lumea e un întreg, mobilitatea elitelor evidenţiază „infidelitatea" lor (prin slăbirea legăturilor cu „rădăcinile"), încît *deteritorializarea culturii* este în curs! Întrebarea e dacă ne putem procura, astfel, o identitate globală. Pentru a atinge globalitatea, repertoriul identitar trece prin cercuri concentrice de apartenenţă, fixîndu-se primordial în local. Şi pare puţin probabil că, într-un viitor previzibil, perspectiva etno-istorică va fi abandonată. Mai ales că sistemul statelor-naţiuni rezistă, identităţile naţionale fiind construite în timp, printr-un efort de durată, cu cert efect inhibant asupra identităţii globale, de dorit a fi asimilată rapid. Din această pricină, scepticismul afişat de mulţi analişti este nu doar explicabil, ci şi întemeiat. În plus, după cum nota acelaşi John Tomlinson, logica occidentalizării – manevrată de unii teoreticieni euforici – e tributară relaţiei de dominaţie, globalizarea fiind, indiscutabil, un proces inegal (5, p. 139). Ideologii globalizării găsesc că procesul se anunţă providenţial, construind şi multiplicînd un „suflet global" (Pico Iyer), oferind şansa imersiunii în alte culturi. Să notăm, în treacăt, că multiculturalismul afişat, promis şi invocat nu înseamnă, realmente, şi educaţie multiculturală. Iar reacţiile potrivnice, aplicînd fără ezitare eticheta maleficităţii, vor recunoaşte, totuşi, că nivelul statului-naţiune nu oferă





un cadru adecvat pentru rezolvarea problemelor, angajînd acum o responsabilitate planetară. Acumularea efectelor globale obligă la o gestionare corespunzătoare la scara lumii (*world-wide*), cîtă vreme împărţim o planetă, iar societăţile particulare se dovedesc neputincioase. Să fie acronimul *globalizare* soluţia salvatoare, stingînd conflictele dintre local şi global? Gîndind, aşadar, din perspectiva globalului şi acţionînd local, fără a uita de implicaţiile culturale ale deciziilor politice?

Dar – ne întrebăm – poate fi controlată globalizarea sau este o ideologie fără stăpîn? Încercînd un răspuns, Achim Mihu propunea o distincţie între *globalizare* (ca proces multidimensional), *globalism* (ca mesaj ideologic) şi *globalitate*, inventariind faptele petrecute, constatabile (6, p. 107). De regulă, preopinenţii comit o dublă eroare: reduc globalizarea la dimensiunea economică şi, replicîndu-le celor care consideră cultura globală ca omogenizată şi omniprezentă, consideră că fenomenul cultural rămîne imun la tăvălugul globalizării. Dacă globalizarea economică e vizibilă prin efecte, încurajînd tendinţa omogenizantă, nu mai puţin inventarul problematic-alarmist al planetei, începînd cu pericolul nuclear, dezastrul ecologic, dezintegrarea socială, bomba demografică ş.a. obligă la o percepere a întregului şi la conştientizarea consecinţelor, punînd sub semnul întrebării însăşi soarta umanităţii.

Nu sînt puţini cei care înţeleg globalizarea ca strictă occidentalizare. Dar teza occidentalizării lumii, enunţată de un S. Latouche (vezi *The Westernization of the World*, 1996), înseamnă şi un triumf al Occidentului? „Familiarizarea" cu anumite stiluri de

viaţă/nivel de consum, dezvoltînd febril un „cosmopolitism practic" (Dick Hebdege, 1990), întreţine dominaţia culturală, dar estompează senzaţia de proprietate (vezi, de pildă, „McDonaldizarea culturii", instaurînd transconsumerismul). Dacă instituţiile modernităţii, cu pretenţii universalizatoare, sînt omniprezente (ceea ce este indiscutabil), expansiunea Occidentului, stimulînd avîntul omogenizant, nu poate fi tăgăduită. Să nu uităm însă că hibriditatea la care obligă epoca a stîrnit reacţii culturale, că expansionismul vestic a trezit mişcări de rezistenţă pe fundalul recalcitranţei, că, în fine, chiar „tiparele geografice de dominaţie" au fost zdruncinate (5, p. 135), declanşînd criza ordinii occidentale, iar angoasele postmodernităţii, prin descentralizare, infidelitate faţă de instituţiile-mamă şi nesiguranţa relaţiilor de putere, au potenţat experienţa incertitudinii şi au încurajat declinul încrederii (Giddens). Ceea ce înseamnă subminarea dialogului.

Dezvoltînd capitalul social, societatea civilă globală îşi propune să încurajeze tocmai *dialogul transnaţional*, singurul în măsură să favorizeze gestionarea corectă a problemelor de rang planetar. Paradoxala lume de azi cultivă un mediu cultural în extensie, pe măsură ce rolul culturii este, vizibil, în scădere; mai mult, infestată de consumerism, ea se degradează accelerat şi devine o cultură *de alt tip*, subjugată de piaţă, impunînd – o dată cu invazia mediocrităţii – senzaţionalismul palpitant, avid de succes. Să fie vorba de un „antirealism conştient" (7, p. 336), cum pare a crede Zinoviev? *Cultura modernă plebee*, oferită în flux, transformă mijloacele tehnice în instrumente culturale, cu o semnificaţie de sine stătătoare; sub aparenţa omogenizării, cultura media adînceşte, de fapt, alienarea şi izolarea şi pare a atenta tocmai la „capitalul social" al umanităţii.





NOTE:

1. Ioan Mihăilescu, „Identitate, Universitate şi integrare europeană", în *România XXI*, nr. 1/iulie 2002, Anul I (Convorbire cu Paul Ghiţiu).

2. Francis Fukuyama, *Marea ruptură: natura umană şi refacerea ordinii sociale*, Ed. Humanitas, Bucureşti, 2002; traducere de Liana V. Alecu.

3. Jackie Smith, „Societatea civilă globală?", în *American Behavioral Scientist*, septembrie 1998, vol. 42.

4. *Mondializarea dincolo de mituri*, volum coordonat de Serge Cordellier, Editura Trei, Bucureşti, 2001; traducere de Margareta Batcu.

5. John Tomlinson, *Globalizare şi cultură*, Ed. Amarcord, Timişoara, 2002; traducere de Cristina Gyurcsik.

6. Achim Mihu, *Sociologie generală*, vol. I, Ed. Napoca Star, Cluj-Napoca, 2002.

7. Alexandr Zinoviev, *Occidentul – Fenomenul occidentalismului*, Ed. Vremea, Bucureşti, 2002; traducere de Nadejda Stahovschi.

## *POSTMODERNISM ŞI POSTMODERNITATE*

„Postmodernismul numeşte
o criză a autorităţii culturale."
(Alison Lee)

Apariţia postmodernismului pe piaţa ideilor a stîrnit rumoare şi a provocat numeroase controverse. Manevrarea dezinvolt-publicistică a termenului, înfăţişarea sa proteică, retorica recuperatoare, fervoarea teoretizantă îi acordau o importanţă dincolo de posibila oportunitate culturală. Noul concept, în pofida nebulozităţii, neoferind soluţii, ci provocînd o avalanşă de întrebări, nu defineşte doar o temă; el sigilează o epocă şi, prin dominaţia asupra cîmpului cultural, obligă la „aclimatizare". De unde şi accepţiile diferite, pornind de la „sindromul nominalist", filtrînd variaţiile de context socio-cultural şi chiar argumentul specificităţii. Impresia de „exterior", de model impus nu putea fi evitată, iar gama reacţiilor nu face decît să confirme resortul emoţional: fie entuziasmul adopţiunii, fie reticenţa împinsă într-o zgomotoasă dezaprobare. Indiscutabil, postmodernismul exprimă o *stare de criză*.

Trebuie să recunoaştem că avalanşa de teoretizări, „încercuind" un concept cameleonic, în mişcare, refuzînd răspunsuri definitive, îmbracă o uimitoare diversitate. Încît, departe de a propune un set coerent de poziţii critice, contaminarea postmodernă cultivă pluralitatea conflictuală. Tendinţa de autodefinire, vitală, împiedică dorita (de către





unii) concediere a subiectului. Şi nici profeţiile care anunţau sarcastic epuizarea postmodernismului (de unde şi *Postmodernismul* lui Olsen) nu contribuie consistent la „fixarea" lui. Concept migrator, iubind, prin Docherty, *deteritorializarea*, postmodernismul face trecerea de la semnificaţie la confruntare, plonjînd în ambiguitate interpretativă. Ecloziunea ideologiilor şi dizolvarea metanaraţiunilor, pierderea coerenţei (şi, de aici, implicaţiile ierarhice derivate) *impun poetica fragmentului* drept „crez estetic" într-o realitate (societate) „fracturată". Istoria şi ficţiunea sînt concepte echivalente în optica postmodernă. „Pierderea realului" în civilizaţia imaginii înseamnă că imaginea a înlocuit realitatea. Iar viaţa, constata Mihaela Constantinescu, ni se oferă „fracturată, accelerată şi pluralã" (1, p. 8). Iată aşadar că *societatea mediatică* transformă realitatea într-un construct narativ şi trece dezinvolt de la informare la manipulare.

Or, *era mass-media* (sau „universul fantasmatic" al mass-media, cum crede Gianni Vattimo) înseamnă complexitate, haos, erodarea perspecivelor centralizate, autoritare; altfel spus, o „fabulare a lumii"; multiplicarea imaginilor însemnînd pierderea sensului şi ruinarea paradigmelor „tari". În acest context al demonetizării scientismului, al „hăţişurilor pluralismului" (prin refuzul unui centru) , hermeneutica pare a fi – insinuează Vattimo (2) – unica filosofie adecvată în nevrotica societate a opiniei publice şi a comunicării de masă. Printre atîtea „cotituri" (*turns*), printre atîtea tendinţe şi post-*isme*, mentalitatea postmodernă acreditează o nouă vîrstă socială şi culturală, răspunzînd structurii modulare a lumii noastre (mentale). Nu e vorba de o viziune metaforică ori de un banal termen periodizant, ca reacţie la modernism. Şi nici de un avatar contemporan al vechii avangarde, în continuă primenire,

subjugată adesea de accelerarea vitezei de schimbare. Dincolo de „atractivitatea distructivă" (Ch. Newmann), ea urmăreşte logica reînnoirii şi vădeşte disponibilitatea de a revedea trecutul. Postmodernismul este, în acest sens, o *recapitulare recuperatorie*. Dacă eroziunea ştiinţelor pozitive pare a indica o surprinzătoare „reîntoarcere la mit", e cazul să notăm că momentul *demitizării* ar fi tocmai pragul de trecere de la modern la postmodern! Iată de ce G. Vattimo propunea termenul de *raţionalitate limitată* şi observa că, azi, cunoaşterea mitică pare a fi, paradoxal, o formă de gîndire „mai adecvată" pentru anumite sfere de experienţă. Oricum, contemporaneitatea e convinsă de avantajele paradigmei comunicaţionale, invitîndu-ne în spaţiul dialogic pentru a căuta soluţii în faţa avalanşei de crize. Noua mentalitate trimite la un respect al diferenţelor (mai degrabă superficial proclamat) şi la o *conştiinţă a pluralităţii* care nu s-a luat în stăpînire, dizolvîndu-se într-un mozaic; încît, după Lyotard (3), cunoaşterea va pune accentul de acum înainte pe dezacord, nu pe consens. Tematizarea ei nu poate fi ruptă de un „ingredient misterios, omniprezent" (cum l-a văzut Ihab Hassan) definind chiar spiritul („aerul") epocii: adică postmodernismul. Fie că acceptăm „lista" aceluiaşi Ihab Hassan, înghesuind cuvinte din familia deconstructivismului, de la dezmembrare la *des-fiinţare*, fie că, pe urmele lui Terry Eagleton, postulînd retorica rupturii, vorbim de o ofensivă retroactivă împinsă, dintr-un implus ludic, în pragul „pastişei ireverenţioase", avem de-a face, negreşit, cu o „inocenţă pierdută". Dacă *atitudinea postmodernă* încurajează proliferarea nivelatoare a variantelor, plutind în incompletitudine, echivoc şi un fals egalitarism, atunci nu putem să nu-i dăm dreptate incisivei Allison Lee: *postmodernismul numeşte o criză a autorităţii culturale*. În pofida avalanşei de teoretizări, sofisticate şi





contradictorii, postmodernismul în ebuliţie – ne asigură Brian McHale – rămîne neidentificabil şi nelocalizabil. Acest termen *bon à tout faire* (cum, repetat, s-a spus) „defineşte" chiar condiţia nebuloasă a contemporaneităţii, în complexitatea şi integralitatea ei. Şi atunci, străini de ispita cronologizantă, vom recunoaşte, alături de Umberto Eco şi la sugestia lui, că postmodenismul este, funcţional judecînd, „un mod de operare". Dar volatilitatea postmodernă, alunecînd deseori într-un ludism iresponsabil, nu poate fi agreată, bănuim, de veritabilele elite culturale. Misiunea lor, chiar atrasă de sincronizări jucăuşe, nu poate eclipsa, credem, miza naţională. Mai ales că mulţi au definit vremurile noastre drept o „eră a narcisismului". Procesul personalizării hrăneşte narcisismul, în sensul unui individualism pur – atrag atenţia sociologii, somînd postmodernitatea să manevreze conceptul în altă accepţie. Gilles Lipovetsky era limpede: „dezafectarea marilor sisteme de sens este însoţită de hiperinvestirea Eului". Iar Richard Sennet făcea o corelaţie între „decăderea omului public" şi „ascensiunea omului privat", repliat asupra sinelui. Mai mult, cum lumea postmodernă a intrat (după Jean Baudrillard) într-un proces de indistincţie crescîndă, iată că în plină eră a narcisismului, înţeleasă mai degrabă patologic, criza identităţii subiectului erupe asumîndu-şi dezordinea lumii.

Dar „alchimia postmodernă" (Liviu Petrescu), trecînd de la creaţie la deconstrucţie şi înlocuind selecţia cu plăcerea combinatorie, ne aruncă pe teritoriul „marii ambiguităţi", vidînd sensul. Aventura postmodernă anunţă *finalul unei paradigme* prin „abolirea imaginaţiei umaniste". S-ar putea ca această privire sintetică, prin excelenţă *inclusivă*, adunînd sub umbrela conceptului tendinţele contradictorii ale epocii noastre, să dea semnalul unei

„disperate întoarceri", căutînd – din nou – firescul, naturalul, omogenitatea discursului sau spontaneitatea expresiei. Fiindcă postmodernismul recuperează culturalul prin reasamblare şi vizează aglutinarea, nu particularizarea.

Oricum, în jurul conceptului, controversele n-au încetat. De la reacţiile alergice, agresiv-contestatare ori vehement-negatoare (iscate chiar de simpla şi nevinovata rostire a cuvîntului postmodernism) pînă la satisfacţia triumfală a unor voci care anunţau decesul respectivului curent, gama manifestărilor, colorate ideologic, include o paletă năucitoare întreţinută, în primul rînd, să recunoaştem, de imprecizia termenului, numind o diversitate deconcertantă. Este postmodernismul o modă terminologică sau reprezintă o problemă depăşită? Este el doar un curent literar sau, dimpotrivă, marchează intrarea într-o nouă fază a istoriei, definită emblematic de „societatea mediatică"? În fine,, dacă postmodernismul a trecut, ştim măcar „ce a fost"? Ca mişcare prin excelenţă *inclusivă*, el reevaluează eclectismul, efortul adiţional şi plăcerea combinatorie, însemnînd o juxtapunere de forme, formule şi coduri; că *vîrsta postmodernă a culturii* impune şi o reconfigurare a epocii prin recontextualizare, noutatea postmodernă anunţînd „revendicări retrospective"; că posibila/anunţata ruptură se stinge într-o „soluţie de continuitate" faţă de modernism, în pofida disocierilor (cronologică şi tipologică). Gianni Vattimo, în *Societatea transparentă* (2), e încă mai răspicat: postmodernismul, aflăm, ar fi *vîrsta crepusculară a modernismului*, oferind şansa unei recapitulări recuperatoare. Sfîrşitul de mileniu, raţionează Vattimo, e şi un *sfîrşit de epistemă*, vestind criza istoriei unilineare şi decesul ideii de progres (în sens crocean). Mai mult, *era mass-media*, prin bombardamentul informaţional şi multiplicarea imaginilor (chiar „asediul imagologic")





înseamnă o „fabulare a lumii", invitîndu-ne aşadar într-un „univers fantasmatic". Iar *ruinarea paradigmelor tari*, demonetizarea scientismului, disoluţia metanaraţiunilor (în termenii lui Lyotard) au deschis larg porţile *reîntoarcerii la mit*. Vattimo, avansînd conceptul de „raţionalitate limitată", pledează pentru cunoaşterea mitică, dar, precaut, notează că mitul nu înseamnă neapărat şi o rezistenţă la modernizare. Văzînd în hermeneutică unica filosofie adecvată omului postmodern (prin configuraţie pluralistă, refuzînd un centru autoritar şi discreţionar), exegetul italian acreditează *momentul demitizării* drept prag de trecere de la modern la postmodern. Aşezat aşadar în prelungirea modernismului, postmodernismul („în extensie hipertrofică", notează – alarmaţi – analiştii) obligă chiar la redefinirea (revalorizarea) modernismului, stîrnind ispitele polarizării. Iar *globalizarea modernismului* ar fi, se zice, semn sigur al *istoricizării* sale. Încît despărţirea de modernism, anunţată zgomotos, se vădeşte – pe fundalul unei oboseli ideologice (îndreptăţit, se vorbea chiar de o „demobilizare ideologică") – „o continuare în ordinea modernităţii". Ce fel de continuare însă? Este postmodernismul o agonie a modernităţii sau, pe urmele lui Mircea Martin, înţelegem modernismul *ca parte a postmodernismului* (4, p. 13)? Oricum, noul termen (veritabil concept-umbrelă) nu valorizează negativ desuetudinea şi obligă la reciclarea speciilor şi mijloacelor, revizitînd trecutul – cum ne sfătuia Umberto Eco – cu ironie, dar fără inocenţă. Întoarcerea în trecut dă o surprinzătoare accepţie *noutăţii*; criteriul unicităţii este alungat, problema sensului se estompează într-o lume „plurală şi incontrolabilă", iar în *relaţia text-cititor* se instaurează ceea ce s-a numit „dictatura cititorului".

În optica de uz obştesc, de postmodernism se leagă mai ales „impulsul fanatic de a desfiinţa". Dar Ihab Hassan,

Inv. 225726/2008
Bibl. Univ. din Bacău

încă din 1982, atrăgea atenţia că a reduce postmodernismul la cîteva trăsături de negativitate înseamnă a eclipsa nevoia unei „sensibilităţi unitare", vizibilă şi aceasta. Evident, postmodernismul este antiformal, anarhic sau de-creator, mai cu seamă de-constructivismul frapează şi lasă, la o lectură pripită a exelor teoretice destinat fenomenului, cum observa cu justeţe Liviu Petrescu (5, p. 142), impresia unei tendiţe negativiste. Tot Ihab Hassan avertiza asupra riscurilor pe care le presupune o astfel de priză superficială, trăsăturile definitorii fiind „dialectice şi variate". Elanul postmodern, s-a constatat, vrea să împace contrariile. Acel numitor comun visat ar fi *noul umanism* care, în plan teoretic, se încumetă să afle pomenita „sensibilitate unitară", dar care, practic, derivă din descentralizarea pe care o propune paradigma civilizaţiei de tip postindustrial. Se speră, în acest chip, la o „re-umanizare" a fiinţei umane. A. Toffler, discutînd despre „civilizaţia celui de-al treilea val", vorbea de ritmuri şi orare flexibile, de segmentare şi diversificare, promovînd dispersia şi deconcentrarea; adică descoperind valoarea descentralizării accentuate.

Dacă modernitatea ar fi „un proiect neterminat" (cum crede Habermas), insinuarea că energiile modernismului vor fi redescoperite într-o zi pare a avea credibilitate. Totuşi, să nu ne imaginăm că o revenire ar fi posibilă. Chiar postmodernismul, bănuit a fi o noţiune precară (Matei Călinescu), este în prefacere şi acest concept *bon à tout faire*, spuneam, acoperă un fenomen social, definind o altă vîrstă culturală, de cert eclectism rafinat. *Epistema postmodernă* poate însemna „chiar o mutaţie în umanismul occidental" (Ihab Hassan). Aşa fiind, mai poate fi el înţeles doar ca o faţă a modernităţii ori un „avatar contemporan al vechii avangarde"? Între a considera postmodernismul o subcategorie a avangardei (aşa proceda





Matei Călinescu în 1986; vezi 6) şi a recunoaşte că postmodernismul nu adoptă o strategie polemică faţă de tradiţie (cum scria Mircea Martin zece ani mai tîrziu; vezi 4) se desfăşoară un spaţiu ideatic conflictual, obligînd – prioritar – la redefinirea conceptului de *noutate*.

Strădaniile unora de a face din postmodernism un „concept operativ", invitînd la precizie didactică, se izbesc de nebuloasa întreţinută de accepţiunile în care este manevrat, uneori năucitor-divergente. Frecvent invocat şi vag înţeles, instalat definitiv în orizontul cultural al epocii noastre, el pare încă o „noutate ambiguă" şi, negreşit, cere clarificări. Chiar dacă la noi biografia consacrată acestui subiect litigios (amplificată de circulaţia unui concept „cameleonic") pare încă săracă, tentativele de limpezire n-au lipsit. Ceea ce surprinde (şi, finalmente, subminează eforturile) ar fi, după noi, ciudatul dezinteres pentru context. Nu credem că se poate vorbi profitabil (evident, în sensul cîştigurilor de ordin epistemologic, în primul rînd) ignorînd postmodernitatea. Încît asupra acestui binom simbiotic vom stărui aducînd în atenţie şi o mai recentă apariţie, purtînd semnătura lui David Lyon. Cartea sociologului canadian consacrată postmodernităţii (7) explorează relaţia cu postmodernismul şi urmăreşte descendenţa conceptului, dorindu-se – ne încredinţează răpicat autorul – un ghid în postmodernitate. Să-l urmăm aşadar în „jungla" postmodernismului, recunoscînd că volumul în discuţia, încercînd „imposibilul" (cum ne previne D. Lyon), este o introducere *lizibilă*; adică ceea ce-şi dorea chiar autorul.

Întrebarea de la care ne propunem să pornim ar trebui să lămurească dacă avem de-a face cu un nou tip de societate, cu o nouă etapă a capitalismului tîrziu sau este vorba de o aprinsă dispută în jurul unui concept-idee. Privit din perspectiva postmodernităţii, postmodernismul are o

accepţie culturală şi demonstrează „istovirea lumii moderne" (7, p. 4a). El înseamnă, categoric, un alt mod de a gîndi lumea. În plin „capitalism de consum" (*consumer capitalism*), postmodernismul ne aduce de la euforie la disperare, încît – după Arthur Kroker – *panica* ar fi „starea psihologică principală a culturii postmoderne". Evident, el nu poate fi desprins de istoria dezvoltării capitaliste şi nu poate fi plasat într-un „vacuum intelectual". Dacă globalizarea şi consumerismul îl definesc în strictă contemporaneitate, poziţionarea faţă de modernitate (revizuită ori negată) încarcă lumea postmodernă (*postmodernity*), ispitită de distrugerea sensului în vîrtejul relativismului, cu un cortegiu de efecte ambivalente. Noua ordine socio-politică nu poate ignora alienarea, atomizarea, anomia, dar şi birocratizarea ori creşterea gradului de supraveghere; după cum, raportîndu-se la modernitate (avînd drept ţintă iluminismul francez), acuză civilizaţia întemeiată pe raţiune ori credinţa – aproape mistică – în progres.

De fapt, dacă Occidentul nu mai este o paradigmă a progresului (scrie ferm Barry Smart), chiar lumea de azi pare „dincolo de progres" (Lyotard). Cum statutul cunoaşterii este în schimbare, iar ştiinţa devine o formă a discursului, comercializarea cercetării, după acelaşi Lyotard, serveşte, performativ, mai degrabă puterii decît descoperirii adevărului. În plus, dizolvarea metanaraţiunilor (*grands-récits*) încurajează procesul delegitimării. Ca să fim drepţi, postindustrialismul, fluturînd teza convergenţei, pregătea condiţiile postmodernităţii. Iar prima sugestie serioasă în acest sens venea din partea lui Daniel Bell, cel care, în 1973, pe urmele lui A. Touraine, publica *The Comming of Post-Industrial Society*. Această „nouă societate" nu pierdea încă încrederea în progres. Iar de la epoca postindustrială, aliniind „societăţile avansate" la postmodernitate, asistăm la





triumful societăţii informatizate, care – după unii – n-ar fi altceva decît o modernitate reînnoită. Dacă postmodernismul ar fi reflexul cultural al capitalismului tîrziu, postmodernitatea e înţeleasă ca o nouă ordine *dincolo de capitalism*. Aşa privind lucrurile, contrazicînd logica, s-ar părea că postmodernismul ar „genera" noua societate. Oricum, alături de David Lyon, putem spune că „postmodernismul şi lumea postmodernă trebuie văzute fiecare în termenii celuilat" (7, p. 54). Programul postmodernist, cum bine se ştie, în contextul globalizării vieţii contemporane, a instalat o situaţie ireversibil pluralistă, insistînd pe *local*. Din moment ce viziunea unui progres linear a devenit o ficţiune, iar sensul de dizolvă, postmodernismul pare mai mult decît o „experienţă a crizei". Prin efectele sale corozive, preţuind caleidoscopia şi diferenţa, instalînd haosul şi nesiguranţa, această *paradigmă culturală paradoxală* ne aruncă în disconfort (Ch. Taylor). Viitorul postmodern, avertizează unii, se autodistruge, obligînd la „strunirea tendinţelor apocaliptice". Iar posibila paralelă cu alte momente dificile, de agitaţie crizistă (criza barocă, *fin de siècle* ori milenarismul) nu fac decît să întărească impresia de experienţă a „oscilaţiei". Totuşi, respectarea diversităţii împinsă în heterutopie (învecinînd lumi incongruente) ori acceptarea emblematică a Turnului Babel (drept simbol definitoriu al epocii) nu trebuie să uite sau să minimalizeze ceea ce avem în comun. Doar aici descoperim, scrie apăsat David Lyon, „singura speranţă reală de toleranţă".

Dacă postmodernitatea ar fi cauza postmodernismului sau măcar cadrul de desfăşurare, baza lor comună ar cere imperios analiza acestui concept central, stratificat (7, p. 31), inevitabil pentru a înţelege schimbările sociale sau fenomenele culturale. Zorii postmodernităţii,

după Z. Bauman, subminează sentimentul modern al realităţii într-o lume dominată de mass-media şi definesc condiţia postmodernă drept *capitalism de consum*. Postmodernitatea devine, astfel, noul obiect de investigaţie, antrenînd spectaculoase mutaţii socio-culturale şi demonstrînd că relaţia dintre social şi cultural este inextricabilă. Deşi modul de viaţă occidental nu se vrea normativ chiar dacă e contagios, deşi juxtapunerea dintre cultura de masă şi cea elitistă e o realitate într-o lume fracturată, deşi „apocalipsa" postmodernă pare, prin scepticism şi eterogenitate, a ne condamna la resemnare, dacă nu ne îmbolnăveşte de cinism, interesul pentru modernism nu s-a stins. E improbabilă o reafirmare a acestuia sau, cu atît mai puţin, o reîntoarcere la premodernism. Dar o *reevaluare* a modernismului e chiar necesară şi tonifiantă. Să nu uităm că proiectul modernismului, fluturînd doctrina progresului (prin laicizarea providenţei) şi cultul raţiunii, propunea cel dintîi mod coerent de organizare socială, potenţînd, se ştie, inegalităţile capitalismului timpuriu. Creşterea economică, urbanizarea galopantă, organizarea democraţiei, triumful ştiinţei şi tehnologiei oferă dezorientărilor epocii noastre, „refuzînd marile basme ideologice" (G. Vattimo), nostalgia stabilităţii. Dar modernitatea, într-o accepţie etapizată, nu se confundă cu un concept estetic („cealaltă modernitate"); după cum dizolvarea gîndirii fundamentaliste, globalizarea (antrenînd acum, prin prisma consecinţelor, riscuri planetare) şi, îndeosebi, cultura consumerismului – devenită stil de viaţă – întreţin şi provoacă prin mass-media, în avalanşă, iluzii şi false nevoi, descompunînd lumea reală în imagini şi aruncîndu-ne, spune Baudrillard, în hăţişurile *hiper-realităţii*. Informaţia devine marfă, publicitatea trece graţios şi insidios de la persuadare la alienare, iar sufocanta





„lume a obiectelor" provoacă dezorientare, slăbind realitatea. Prin manipulare, prin spectacol, „servitute voluntară" (prin simboluri) parafăm certificatul de deces al societăţilor stabile, de tip autoritar. Devine societatea noastră, ca societate a mijloacelor de comunicare în masă, „transparentă" – cum îşi închipuie G. Vattimo? Alungă ea dominaţia sau inegalitatea? „Spargerea" istoriei în istoricităţi, interesul pentru suprafaţa caleidoscopică, propulsînd *telecomanda* ca imagine arhetipală a postmodernismului (7, p. 121) amplifică „fluxul de relativitate" (7, p. 97). Drumul Istoriei are însă un sens unic. În pofida nemulţumirilor crescînde de azi, a dezorientărilor care tulbură epoca noastră, căutîndu-şi haotic direcţia, este de ordinul evidenţei că o reîntoarcere la premodernitate nu e cu putinţă.

Totuşi, portiţa e deschisă de un J. Habermas, care priveşte moştenirea iluministă ca un proiect „neterminat" în prelungirea speranţei „raţionalităţii comunicative". Şi cu atît mai mult de un A. MacIntyre (vezi *After virtue*), după care proiectul iluminist ar fi fost „greşit"; aşa judecînd, plasîndu-ne *dincolo de modernitate*, dezirabilă ar fi reînvierea premodernităţii.

Dar acest lucru, ştie oricine, repetăm, e o imposibilitate. Bineînţeles, aventurîndu-ne pe urmele aceluiaşi David Lyon, putem afirma că *postmodernismul înseamnă societatea de consum* (7, p. 112) şi, astfel, o preistorie a consumerismului ar fi cu îndreptăţire prefigurată prin reevaluarea modernităţii. Vechiul conţine germenii noului. Regîndirea modernităţii întreţine – în termenii lui D. Lyon – o falsă dilemă: necrolog sau renaştere? În fapt, capitalismul de consum, tiranic instalat, nu lasă loc de întors; dacă totul a devenit marfă, piaţa organizează viaţa, violînd chiar şi cutele intimităţii. Iar presupusa discontinuitate ne

îngăduie, surprinzător, să descoperim, la un temeinic examen retro, că există puternice filiații, anunțînd – embrionar – devenirea *postmodernității*. Să nu uităm însă că, în ceea ce ne privește, postmodernitatea este un concept important de vreme ce postindustrialismul nu reprezintă o fază consumată. Cum *populismul postmodernist* demolează, după D. Lyon, ierarhia și elitismul (7, p. 111), consumul deține rolul de pivot. „Năucitoarea" sociologie a postmodernității (7, p. 110) lasă să se înțeleagă că postmodernismul, instalînd sentimentul fragmentării și al incertitudinii, cultivînd un nou colaj cultural, semnifică mai mult decît o mutație în structura sensibilității; el reprezintă așadar o *condiție fără precedent* (7, p. 113), ceea ce, bineînțeles, mută dicția asupra formei sociale. Or, după multe voci, unele autorizate, societatea de consum nu are o direcție (exceptînd, evident, vectorul consumerismului). Utopianismul a murit. Spre ce ne îndreptăm? Integrarea în piața de consum nu acoperă spectrul așteptărilor. O lume scăldată în pomenitul „vîrtej de relativitate", acuzînd dezorientarea, dizolvarea sensului și pluralizarea, implicit o *putere dispersată*, cum notează prompt D. Lyon (7, p. 92), pare să confirme diagnosticul lui Habermas: da, traversăm „criza legitimității". Negreșit, controlul social n-a slăbit, supravegherea (tot mai sofisticată) n-a dispărut, dar noile forme de dominație, în pofida subtilității crescînde, acuză criza de autoritate. *Cultura consumului* se limitează la „a produce nevoi", politica de divertisment propagă industrios stiluri de viață create artificial, principalul vinovat fiind, deocamdată, televizorul. După Ph. Sampson (*apud* 7, p. 103), cultura consumului nu face nici o discriminare. Dar să nu uităm, ea înflorește într-un context care relativizează cu frenezie totul, instituționalizînd îndoiala. Pînă și știința, observa Lyotard, nu mai este capabilă să se legitimeze. Iar





deplasarea de la credință la opțiune (individuală) începe să înlăture reperele și favorizează „imperativul eretic" (Peter Beyer). Pe bună dreptate, David Lyon conchidea că postmodernismul înseamnă societate de consum. Dezvoltarea copleșitoare a mass-media propune un nou tip de civilizație (G. Friedmann), în care comunicarea deține un loc de prim-plan. Astfel, avem de-a face cu o difuzare masivă și cu o eterogenitate crescîndă, în aceeași măsură, a conținuturilor și a publicurilor. Acest bombardament informațional hrănește abundent și literatura consacrată rolului mass-media, analizînd consecințele globale (funcții) și ansamblul de influențe (roluri). Deși media a jucat un rol central în dezvoltarea instituțiilor moderne (J. Thompson), iar socialul, considera J. Cazeneuve, acuzînd mediocritatea unifomizantă la care conduce masificare societății. Cultura mozaicată (A. Moles) a omului postmodern, amplificată de difuziunea generală, provoacă „intoxicarea prin divertisment". Dar, mai grav, slăbește prin intersecția fluxului de mesaje noțiunea de realitate. „Deblismul" pare să accepte că realitatea (sau hiper-realitatea) devine un fenomen discursiv, întreținînd o societate conformistă, lipsită de spirit critic.

Schimbarea paradigmatică pe care o reclamă postmodernismul vrea să statueze, dincolo de „decorul mental" (*mindscape*), modificînd criteriile, o altă lume, noua paradigmă, prin organizare noologică sperînd a fi co-generatoare a sentimenului de „realitate". Boala postmodernă, obligînd la despărțirea de „religia" progresului și unilinearitatea Istoriei, condamnă în bloc vechile concepte (totalitate, omogenitatea, unitate) și glorifică existența schizofrenică, trăind simultan în „două lumi". În fond, s-ar părea că tocmai sociologia cîștigă în importanță. Abia acum, observa Ronald Robertson, ea „deschide ochii asupra

semnificației culturii" (*apud* 7, p. 114). Deşi afişează o zgomotoasă neîncredere în progres (şi asta, să notăm, în treacăt, o deosebeşte fundamental de postindustrialism), *postmodernitatea* este, după G. Vattimo, chiar produsul dezvoltării comunicării. Inevitabil, ea încorporează toate achizițiile epocii, începînd cu schimbările tehnologice şi cele socio-culturale. Cum ideile nu încolțesc într-un vid intelectual şi cum epoca noastră, de certă fractură culturală, este o *societate comunicativă*, de perceprea schimbărilor sociale şi a trepidantelor mutații culturale cere, imperios, un discurs „de escortă", stimulat de nevoia examenului critic (cercetînd, aplicat, centralizarea şi dispersia, sensul şi realitatea şi, nu în ultimul rînd, chiar binomul de reciprocitate cauzală propus: *postmodernitatea şi postmodernismul*). Iar cultura, pricepe oricine, interferează acest cîmp problematic, pendulînd între narcisism şi elitism, văzut drept ultim şi grav păcat modernist. Postmodernitatea acționează ca o condiție *globală* în era „economiei informaționale", a tehno-ştiinței impetuoase (dar, am văzut, în criză de legitimitate), înlocuind „religia" progresului cu nihilismul dizolvant. Ireversibil pluralistă, postmodernitatea se degradează, suspectată de „pierderea istoriei". Mai mult, îndreptîndu-se spre „apocalipsa definitivă", *viitorul postmodern* – scrie David Lyon – se „autodistruge" (7, p. 117). Ce e de făcut? Într-o lume controlată de mass-media, instalînd prin implozia de realitate domnia simulacrelor şi dizolvarea ierarhiei, saltul de la logocentrism la *imagocentrism* conduce la pierderea sensului. Societatea de „conservare" e primejduită prin degradarea mediului şi epuizarea resurselor. Deşi programul postmodernsit, sedus de „logica reînnoirii", preia idei, el respinge hotărît ipostaza de avangardă, cercetată doar sub potențialul distructiv. În fine, această perioadă „foarte modernă" (Giddens), supusă





polarizării şi experimentelor elitiste, deşi piața remodelează cotidianul, cade totuşi în populism, dorindu-şi a şterge granițele culturale dintre elite şi mase. Invocatul providențialism, înlocuit arogant cu varianta sa laică, progresul istoric, călăuzit de infailibila rațiune, se clatină; în căutarea unei *lumi raționaliste*, avînd ca remorcher ştiința, vechile precepte au fost dislocate. Nimeni nu e sigur că totul merge spre bine. Cum circulă afirmația că secolul care a trecut n-a făcut decît să reinventeze postmodernismul, ar fi utilă, bănuim, investigarea a ceea ce unii au numit *pre-postmodernism*. În consecință, faimoasa frază a lui Nietzsche, din 1888, după care „nihilismul bate la uşă", face din pomenitul filosof „un postmodernist *avant la lettre*" (scrie David Lyon). Iar G. Vattimo, fructificînd intuițiile nietzscheene, vede în cel care a rostit „Dumnezeu a murit!" teoretician filosof al postmodernismului. Preistoria postmodernismului, constatăm, îngăduie zelul contabilicesc, pensînd cu fervoare opiniile rebele, cele care zdruncinau speranțele iluminismului, semănînd o atitudine neîncrezătoare în faţa Raţiunii moderne; neîncredere împinsă azi în pragul falimentului moral, decretînd sensul fluid al realității şi chiar ficționalizarea Adevărului. Oricum, *era postmodernă*, anunțată triumfal-sceptic de A. Toynbee (vezi *A Study of History*), ne instalează în incertitudine. Istoria e pulverizată în „istorisiri", iar progresul devine „rutină"; relația subiect/obiect ori dipticul limbaj/lume slujesc, după unii teoreticieni, o dată cu dispariția conceptului „tare" de ştiință, distrugerii certitudinilor. Încît postmodernismul, chiar „nefericit" ales (etimologic vorbind), pare că e menit unei învolburate şi îndelungate „cariere", eclipsînd alte propuneri (poststructuralism, de pildă). Într-o lume care, în postistorie, a spulberat iluziile modernității proclamînd ficțiunea valorilor superioare, conceptul în discuție, iscînd

atîtea patimi şi controverse, ţine aşadar de ultima „modernitate"; acceptînd însă, alături de Claude Karnoouh, că „modernitatea este o permanentă tranziţie" şi că „Occidentul a dat toată modernitatea", crizele lui revărsîndu-se către *„restul lumii"* (8, p. 9). A discuta despre postmodernism înseamnă a recunoaşte o situaţie de criză, impunînd o cercetare contextuală, plonjînd – pentru o priză corectă – într-o postmodernitate fluidă.

*

Provocînd indignări şi exaltări, căzînd în anatemă sau, dimpotrivă, în idolatrie, tematica bătătorită a postmodernismului, nedigerată de unii (care o consideră o fundătură), elogiată zgomotos de militanţiştii care se luptă cu „mitul unei modernităţi stagnante" în numele unei superiorităţi doar clamate (certamente, încă neprobată), face din temporalitate, s-ar părea, *conceptul-cheie*. Să nu uităm însă că o piaţă liberă de orice constrîngeri pulverizează sistemul de securitate socială (*welfare*), sensul totalităţii, distribuţia şi justiţia globală. Mai mult, valorizarea individului – ca percept-forte al liberalismului – intră în conflict cu supremaţia maselor, „înghiţind" individul retras în indiferenţă. Iar „noii autodidacţi" (sau „autodidacţii pe stil nou", cum ar spune ironic P. Bourdieu) sînt fără respect pentru cultura legitimă, contestînd simbolurile puterii ierarhice.

Pentru a adînci chestiunea, vom reaminti că societatea mediatică are un rol determinant în naşterea postmodernismului. E drept, ea nu evoluează către autotransparenţă şi, mai mult, prin multiplicarea imaginilor şi încrucişarea şuvoiului de interpretări, pierde chiar „sensul realităţii". Altfel spus, slăbeşte noţiunea de realitate,





devenită un „fenomen discursiv". Expunerea la acest „torent al mesajelor de masă", irigînd societatea (A. Moles), naşte o *nouă cultură*. Fie că o numim „mozaicată", de o „esenţialitate aleatoare", configurînd un tablou socio-cultural ca „masă de mesaje" (cum credea acelaşi A. Moles încă din 1966), fie că proclamă noul *tribalism* în „satul global" (cum făcea Marshall McLuhan), este cert că ea marchează mutaţia înspre vizual. „Epoca iconismului", cum poate fi numită societatea postmodernă, nu mai este *logocentrică*. „Lava informaţională" pare să ne sufoce; consumul de imagini, observa Jean Baudrillard, întreţine o „fascinaţie primitivă". Iar audienţa şi efectele induse, iscînd false necesităţi prin invazia produselor „pre-digerate", subculturale ne îndreptăţesc să vorbim de o cultură de consum, invitînd la o decodare regresiv-simplificatoare, axată pe manipulare. Această *industrie de consum*, bazată pe exportul de imagini şi transformarea politicului în economic (R. Vagnleitner), modifică, inevitabil, mediul cultural şi face din *consumerism* argumentul forte al postmodernităţii. Iar „universul fantasmatic" al mass-media, solicitînd o tehnologie specifică şi, în aceeaşi măsură, un limbaj de comunicare (set de tehnologii), mizează pe *discursul informativ*, interesat de „revoluţia ştirilor" (C. John Sommerville), edificînd o „cultură a informaţiei". Dar această industrie informaţională erodează cunoaşterea şi alienează cititorul; şi dacă demitizarea era, după Lyotard, „pragul de trecere" dinspre modernism spre postmodernism, neîncrederea în metanaraţiuni se însoţeşte de o „raţionalitate limitată", favorizînd o nouă fabulare a lumii. Iată, aşadar, că vîrsta crepusculară a modernităţii, dispusă la o recapitulare recuperatorie, s-a despărţit de pozitivismul euforic şi, mai apoi, de „paradigma tare a modernităţii", de vocaţia totalizantă în favoarea scenariului centrifug. Demonetizarea

scientismului, pe fundalul crizei istoriei unilineare, înseamnă asumarea modelului pluralist şi a idealului *indeterminării*. Sub stindardul descentrării şi al eclectismului, al permisivităţii şi „nostalgiei echidistanţei", postmodernismul, cel care – de fapt – nu oferă modele şi paradigme, este – indiscutabil – mai mult decît o obsesie intelectuală. Ca expresie „de criză", el ne reaminteşte un adevăr esenţial: criza este chiar motorul dezvoltării. Şi probabil că tot ceea ce numim astăzi *cultură postmodernă* ar fi chiar răspunsul la acest asalt crizist.

În decorul agitat al postmodernităţii, respectînd pluralitatea datului social, se vorbeşte insistent despre noul liant social şi, implicit, despre noua coerenţă a valorilor. Evident că sociologii, ca „paznici ai sociabilităţii", constată cu îngrijorare „dezordinea metastatică" şi sincretismul ideologic, stăpînind astăzi lumea. Prăbuşirea naraţiunilor totalizatoare şi supremaţia micronaraţiunilor, în eterogenitate galopantă, impun „fuziunea mobilă" şi „paradigma orchestrei". Această *comunicare orchestrală*, atenţionînd asupra problemelor „lumii mici", direcţionează sociologia constructivistă spre „socialul polimorf", înţelegînd că solidaritatea mecanică este o ipoteză pierdută. Grija pentru recompunerea liantului social aduce în prim-plan practica asociativă, ca replică la pluralizare (în contextul multiplelor apartenenţe ale individului) şi tribalizarea politicului. Or, reţeaua completă de grupuri în care se inserează individul (*total network*), permanentizînd retroacţiunea, evidenţiază faptul că nici o societate nu poate fi pe deplin consensuală. Cum prezenţa valorilor „contradictoriale" defineşte o perioadă lascivă, tindem spre o „armonie conflictuală" (M. Maffesoli), ordinea – avertiza G. Balandier – fiind improbabilă. Iată ciudatul liant al postmodernităţii, o societate care mută accentul pe calitatea de consumatori şi,





prin demodare accelerată, renunţă la ciclul de viaţă „lung", care fluidizează diferenţele şi impune identităţi „oscilante" (Harvie Ferguson), care, în fine, acceptînd metafora lui Zygmunt Bauman, ne instalează într-o „modernitate lichidă".

Totuşi, nu ne putem gîndi societatea în absenţa continuităţii (umană, constituţională, organizatorică). Nu putem vorbi despre o continuitate culturală fără a o include în sfera largă a continuităţii istorice, după cum nu putem reduce societatea, căreia îi aparţine, la rolul unei apendice. Aşa privind lucrurile, va fi interesant de urmărit raportul dintre *postmodernism* (deşi recuperator, inclusivist, el anunţă – prin noua paradigmă – timpul „rupturii") şi *postmodernitate*, consecinţă logică a evoluţiei capitalismului „avansat". Dacă modernitatea „tematizase" cunoaşterea, postmodernitatea se distanţează de epoca anterioară prin paradigma comunicaţională, sfidînd frontierele, fără a propune – cel puţin, deocamdată – un model ontologic specific. Mai mult, este exclusă chiar Istoria din această destinalitate, societatea evoluînd într-un „orizont închis". J. Baudrillard (v. *Les stratégies fatales*, Paris, 1985) era convins că „istoria s-a terminat". Ne despărţim însă şi de „terorismul utopic", însoţind declinant modernismul, încrezător încă în forţa Conceptului, apt a atinge Absolutul. Acum criticismul dizolvant e dus pînă la capăt, impunînd pluralismul şi desacralizarea în spaţiul relativismului triumfător.

Chiar acceptînd „amestecul" jucăuş al lui Rolf Günter (*Bild und Abbild*), cel care înţelegea noua paradigmă strict ca o reconstrucţie ludică, realităţile epocii ne obligă să recunoaştem că există o presantă *problematică a lumii contemporane* (cum avertizase, cu decenii în urmă, Aurelio Peccei, fondatorul Clubului de la Roma). Un „pachet",

aşadar, de probleme globale, de o cauzalitate complexă şi de o gravitate fără precedent, inclusiv din unghiul „noilor educaţii". Mai ales că provocările globalizării cer, să recunoaştem, centralizarea: că această competitivitate globală, aşezată sub semnul eficientizării, cunoaşte regiuni privilegiate, blocuri zonale, arii de liber schimb, acces privilegiat, în pofida economiilor „împletite". O lume asimetrică, aşadar, agravînd inegalităţile în termeni de venituri, înghe̦ţînd frontierele sociale şi favorizînd – spune Ralf Dahrendorf -- „recunoaşterea darwinismului social". Se pierd „excluşii" (non-cetăţenii) în piaţa globală? Să observăm că marginalizarea socială (*underclass*) nu are o motivaţie economică; că flexibilitatea epocii instaurează instabilitatea, nesiguranţa, demantelînd, spuneam, cîndva prestigioasa *welfare state*. Că viaţa comunitară e serios zdruncinată prin triumful individualismului, încurajînd dezintegrarea socială, anomia şi, de aici pornind, tentaţia reacţiilor autoritare. Că, pînă la urmă, prin cortegiul efectelor de mai sus (enumerate fugitiv, incomplet), societatea civilă împiedică chiar, din fericire, globalizarea „deplină".

Să observăm, apoi, condiţia duplicitară a conceptului, devenit „un cuvînt aproape onorific" (9, p. 17), un calificativ care se bucură, în pofida angoaselor iscate, de plauzibilitate şi chiar respectabilitate. Printr-o posterioritate orgolioasă, el anunţă un moment de ruptură; dar anarhia, prăbuşirea viziunii raţionaliste (deplînsă de un A. Toynbee în faimoasa *A Study of History*), ludicul autodistructiv invită şi la recuperarea trecutului. Disoluţia paradigmei culturale moderne (reducţionistă, schizofrenică, după E. Morin) cere o paradigmă autoreflexivă a complexităţii; iar metadiscursul postmodernităţii, chiar dacă nu agreează ideea, trebuie să-şi precizeze coordonatele (10, p. 5). Atotputernicia imaginarului social, prin explozia tehnologiilor





informaţionale şi ale comunicării, enunţă un adevăr inatacabil: globalizarea e în primul rînd comunicaţională! Epoca noastră a impus (seducător) o nouă formă de producţie de bunuri şi servicii pe fundalul unor accelerate transformări socio-economice: generalizarea acestor tehnici operaţionale, asigurînd universalizarea comunicării, ne obligă să recunoaştem că sincronizarea are loc la „nivel de val generaţional" (9, p. 83). Or, civilizaţia panoptică generează în avalanşă iluzii şi false nevoi, întreţinînd mecanismele alienante ale publicităţii. Pregătind condiţiile postmodernităţii, postindustrialismul ne-a instalat, printr-un proces substitutiv, în „lumea obiectelor" (J. Baudrillard); subiectul perceptual, interesat de *standing*, este conectat la cultura consumerismului şi acceptă cu frenezie, prin ceea ce s-a numit *escatologie mediatică*, o „servitute voluntară". Voci lucide atrag atenţia că epoca se psihanalizează voluptuos (9, p. 28), ceea ce face din postmodernism – privit, vai, cu relaxare – un concept problematic, în fond.

Ivit, aşadar, în „cultura consumului", postmodernismul provoacă, prin aglutinare şi incertitudine, relaxare socială şi disconfort psihic. El pare a se împăca cu metafora borgesiană a jocului de oglinzi, reflectîndu-se nesfîrşit pe sine. Şi dacă Cristopher Lasch, sugerînd că sîntem în *plină eră a narcisismului*, avea dreptate, atunci, neapărat, postmodernismul şi postmodernitatea alcătuiesc un „binom simbolic".

În ceea ce ne priveşte (fără a adînci aici chestiunea), vom mai observa, în treacăt, că, golit de postmodernitate, postmodernismul românesc riscă să suporte un tratament „junimist", dovedindu-se, păgubos, o nouă formă fără fond (11). Această relaţie paradoxală, fără a se crampona neapărat de povara a-sincroniei *ca destin* (10, p. 9), atenţionează asupra unei distincţii ignorate cu nonşalanţă de puzderia

analiştiilor: postmodernismul defineşte o atitudine fiind un concept culturologic, în vreme ce postmodernitatea, adîncind „criza globală a sensului", se vrea un concept sociologic. Cum globalizarea, aducînd la rampă „actori transnaţionali" şi stimulînd nomadismul planetar, amplifică alerta identitară, să mai notăm că epoca noastră pare a se despărţi de *logica ori/ori*. Conştiinţa apartenenţei nu poate fi ştearsă, după cum supravieţuirea autarhică nu mai este posibilă. Iar noile mijloace de difuzare masică, indispensabile societăţii moderne (cum afirmase demult J. Cazeneuve), asigură, concomitent, *deteritorializarea* şi *instantaneitatea* într-o lume saturată de mesaje, totuşi, asimetrică, şi deplasarea spre *local* într-o epocă tulbure, dezarticulată, apăsînd pedala acceleraţiei în zodia fragmentarismului. Dincolo de presiunea circumstanţelor imediate, evidenţiind ceea ce P. Bourdieu numea „poetica precarităţii", nivelul în creştere al interconectărilor obligă la o privire planetară, global responsabilă. Fiindcă, avertiza acelaşi Bourdieu, „pentru a stăpîni viitorul, trebuie să controlăm prezentul". Or, trufia sau miopia politică în gestionarea crizelor blochează agenda globalizării, agravînd „realităţile poroase" (Michel Maffesoli). În plus, în „teopractica postmodernă" (Steven Connor), postmodernismul şi postmodernitatea, chiar dacă se susţin reciproc şi trebuie să accepte corecţii de orbită în efortul de postmodernizare a lumii, întreţin „relaţii dificile şi variate", cauzate în principal de indistincţia dintre social şi cultural. Teoria, spun mulţi, ar fi – în bună măsură – vinovată de producerea condiţiei postmoderne, întreţinînd fervoarea reflexivităţii şi impulsul spre „capturare sinoptică" (12, p. 7).

Este limpede că fenomenul media reprezintă simptomul societăţii postmoderne. Dar în noua lume a comunicaţiilor, idolatrizînd piaţa, „diseminarea rapidă de





semne şi de simulacre" ne aruncă în *semiurgie*, cum spunea Douglas Kellner. În acest context, putem oare crede că postmodernismul ar fi doar experienţa unei categorii sociale (în speţă, intelectualii)? Că aceştia se bucură, ca *free-players*, de „tehnologiile libertăţii" într-un mediu aseptic, uitînd că logica vitezei şi cea a profitului îndreaptă sistemul mediatic într-o direcţie catastrofală? Că vehiculul ia locul mesajului, că opera devine marfă şi că legea pieţei (eminamente demografică) satisface pulsiunile primare. Paradoxal, epoca noastră, diversificînd oferta, impune, prin „comercializare" culturală, dictatura gustului unic, sărăcind peisajul. Sensibilitatea globală nu înseamnă acest formidabil expansionism mediatic, standardizator prin dumping cultural, cu efecte devastatoare. În plină postmodernitate, apostolii postmodernismului ar trebui să împiedice *deculturalizarea* în lumea-stat, afişînd un optimism nepăsător, ignorînd conecinţele. Agresivitatea culturii media anunţă, se pare, un nou totalitarism.

NOTE:

1. Mihaela Constantinescu. *Postmortemism,* în *Contemporanul – Icleea europeana,* nr 9 (441) / 1 martie 1999. Anul IX; a se vedea., pe larg, volumul semnat de M. *C Forme în mişcare: Poslmodernismul,* Ed. Univers Enciclopedie, Bucureşti, 1999.

2. Gianni Vattimo, *Societatea transparentă,* Ed. Pontica, 1995.

3. Jean Francois Lyolard, *Condiţia postmodernă,* Ed. Babel, 1993.

4. Mircea Martin, *Spre un Postmodernism neţărmurit?*. în *Luceafărul,* nr. 37/1996.

5. Liviu Petrescu. *Poetica Postmodernismului.* Ed. Paralela 45, 1996.

6. Matei Călinescu, *Cînci feţe ale modernităţii,* Ed. Univers, 1995.

7. David Lyon. *Postmodernitatea,* Ed. Du Style, 1998.

8. Ciaude Karnoouch, în *Contrafort,* nr. 12/1997.

9. Irina Stănciugelu, *Prefixul „post" al modernităţii noastre* (Studii de filosofia culturii). Ed. Trei, Bucureşti, 2002.

10. Maria-Ana Tupan, *Discursul postmodern,* Ed. Cartea Românească, Bucureşti, 2002.

11. Vezi şi cartea noastră *Elitism şi Postmodernism* (Postmodernismul românesc şi circulaţia elitelor), Ed. Garuda-art, 2000. îndeosebi capitolul *Există un Postmodernism românesc?,* pp. 70-97.

12. Steven Connor, *Cultura postmodernă,* Ed. Meridiane, Bucureşti, 1999; traducere din limba engleză de Mihaela Oniga.



## I

## *GLOBALIZARE ŞI NEO-TRIBALISM*

„În centrul culturii moderne se află globalizarea; în centrul globalizării se află practicile culturale."

(*John Tomlinson*)

Răsunătorul articol-embrion al lui Samuel Huntington, publicat în 1993 în *Foreign Affaires* şi dezvoltat într-o carte de succes *(The Clash of Civilasations and the Remaking of World Order*), publicată trei ani mai tîrziu, insista asupra *faliilor* civilizaţionale, considerînd că „marea diviziune între popoare şi sursa dominantă de conflict va fi cea culturală", reconfigurînd politicile globale. Profeţiile expertului american nu pot fi expediate cu un rictus superior-didactic deoarece, între timp, a devenit de circulaţie teza că pînă şi proveniența terorismului este tot culturală. Dezagregarea, proliferarea nihilismului orb, deşertificarea spirituală definesc un „crepuscul planetar" (André Glucksmann), părînd a confirma vehiculata idee a „sfîrşitului Istoriei". Dar, din păcate, nu în sensul stingerii conflictelor, ci al escaladei terorismului nihilist, tentaţia nihilistă fiind, indiscutabil, universală. Ea nu numai că bruschează valorile tradiţionale, cele care ne-au aşezat, prin proiectul iluminist, în universalitate, ci riscă chiar să le anuleze. Devenit cangrenă planetară, fenomenul terorist poate găsi o „explicaţie" şi în asimetriile lumii de azi, globalizarea la care asistăm dezvăluind inegalităţi flagrante. În paralel, *globalitatea* (Z. Bauman), încurajată de consumul mediatic de lejeră accesibilitate, impune un tip

de practici de extensie planetară, deloc străine de cultivarea televiolenţei, infantilizînd publicul.

Cei care s-au grăbit să anunţe, prin previziuni entuziaste, triumful capitalismului global identifică, fără a-şi masca uimirea, alţi inamici, gata să-i cînte prohodul. Surprinzător, o reacţie de ultimă oră vine pe această direcţie din partea lui G. Soros, magnatul american descoperind (vezi 1), pe urmele lui Lenin, că – ineficient şi insuficient – capitalismul global, rămas fără adversar, se află în faţa colapsului. În *On Globalization*, Soros denunţă globalizarea necontrolată („deşănţată") şi fundamentalismul pieţelor (amoral), absenţa coeziunii sociale şi imposibilitatea guvernării. Soros, surprinzător, ar vrea un keynesism planetar, ascultînd de un cod moral şi o societate civilă globală, „deschisă"; aşadar, un control sever, eradicînd *problemele lăuntrice* care macină sistemul, conducînd la explozia „tehno-globalismului corporatist" (2, p. 90). Nu discutăm aici în ce măsură tocmai miliardarul G. Soros ar fi îndreptăţit să ofere lecţii moralizatoare unei lumi clădite pe inechitate şi în care corul globalizant salută binefacerile procesului modelizator (inevitabil, de altminteri).

Privind însă şi din celălalt unghi, vom nota că, dacă *multidimensionalitatea globalismului* este de ordinul evidenţei, *profilul mentalitar al tribalismului* (3, p. 104) îmbrăţişează – ca reflex defensiv – un set larg de reacţii (de la ocultism şi ritualuri grupale pînă la intoleranţă şi terorism, acestea din urmă nutrite de fondul resentimentar). Chiar dacă azi putem vorbi de un „tribalism total", în sensul *tribului planetar*. Penetranţa media, interdependenţele în creştere înlătură izolarea economică, conservatorismul cultural, dogmatismul religios şi zdruncină, am văzut, sentimentul apartenenţei, loialitatea faţă de grup, tradiţii şi aspiraţii. O lume globalizată, interconectată, încurajînd nomadismul





pare a veşteji etnocentrismul. Totuşi, în pofida magiei tehnologice a epocii (instaurînd ceea ce s-a numit „societatea mondială"), reacţia identitară se manifestă la cote de alarmă. Trebuie să recunoaştem, pe de altă parte, că mass-media au modelat comunicarea într-un mod *esenţial* şi extrateritorialitatea sau ubicuitatea par, pentru mulţi indivizi din societăţile opulente, soluţii la îndemînă. *Era mediatică* obligă, spuneam, la redefinirea realităţii sociale. Dincolo de regula totalităţii, esenţială – metodologic vorbind – pentru profilul disciplinei, sociologia, cîndva cu un destin incert, cercetînd contextul societăţii globale, va trebui să se apropie de realitatea virtuală, încorporînd-o. Paradigma durkheimiană nu poate fi clintită, evident, dar „vremea fizicii sociale a trecut", ne prevenea, cu decenii în urmă, Tr. Brăileanu, invitîndu-ne la a descifra „temeiurile metafizice". Or, *virtualismul* nu poate fi ignorat decît cu riscul descalificării disciplinei. Invitaţia de a vizita spaţiul cibernetic (*cyberspace*) blochează, s-a observat, energiile revoluţionare şi fragmentarizează corpul societal. Dacă avem în vedere funcţia critică a sociologiei (proeminentă) şi condiţia disciplinei în postmodernitate, vom fi de acord, alături de alţi analişti, că, actualmente, sociologia încurajează *statu-quo*-ul mai mult, virtualismul se dovedeşte un „paliativ al schimbării sociale reale" (3, p. 126). Între realitatea durkheimistă şi cea virtuală, sociologia nu are de ales; dar are obligaţia de a nu uita că obsesiv-invocata „libertate de consum" înseamnă un flux nelimitat şi nedigerat de imagini, favorizînd, prin electrobricolaj (3, p. 116), alterarea şi manipularea informaţiei/imaginii digitale. Şi că, deseori, ceea ce considerăm *schimbare* se vădeşte a fi doar o schimbare de imagine, o cosmetizare imagologică; în schimb, rafinarea „controlului cultural" şi abstractizarea (superficializarea)

raporturilor interumane sînt evidenţe care nu mai pot fi trecute sub tăcere.

Moraliştii globalizării mai au încă un subiect inepuizabil, supus tirului criticist: cultura „de consum". O piaţă globală înseamnă, negreşit, şi globalizarea consumului. Dar internaţionalizarea mass-media asigură difuziunea culturii occidentale, impunînd „McDonaldizarea" (Tom Linson, 1990), „coca-colonizarea lumii" (Hunnerz, 1999), standardizarea (simptom al unei civilizaţii în declin, după A. Toynbee). Modernizarea înţeleasă ca occidentalizare pregăteşte, după unele voci, tranziţia galopantă spre cultura universală. N-ar trebui să uităm că astfel de experienţe imitative, transferul de tehnologie, preluarea tehnicilor de *human engineering* şi management şi, îndeosebi, proliferarea modelelor de consum alimentează tensiunea dintre omogenizare şi eterogenizare. Fireşte, interpenetrarea în epoca planetară nu poate fi evitată; metisajul e inevitabil, dreptul la diferenţă e şi el clamat zgomotos. Dar, ne întrebăm, modernizarea are alternative? Poate fi întruchipată altfel decît prin arhetipul de sorginte euro-americană? În plus, *cultura societăţii de consum* exprimă rolul de lider al Occidentului, în pofida unor suspiciuni şi adversităţi iscate de această extensie planetară, dobîndind rangul de cultură universală, pierzînd însă orice legătură cu conştiinţa de clasă sau loialitatea faţă de comunitate, cum se întîmpla în zorii societăţii industriale. Acum hiperrealitatea lui J. Baudrillard, ploaia de simulacre, chiar dacă nu elimină din ecuaţie condiţia habituală (clasă, generaţie, educaţie) şi nu exclud reacţia de indigenizare, fac din consumerism vectorul unui proces numit (impropriu, după noi) *westernization*. Şi care, întruchipînd teza dominaţiei culturale, a şi fost taxat drept anticultural. Alexandr Kiossev vorbea chiar de „autocolonizare". Cum SUA reprezintă port-drapelul acestei





direcţii, este limpede că ofensiva critică îndreptată spre „prima societate globală din istorie" nu putea menaja *americanizarea* cu apetit imperialist. Discursul mondialist creşte la umbra acestei temeri. El manevrează un concept vag, proteiform, duşmănit de cei care se manifestă apocaliptic, îmbrăţişat apologetic de alţii care, dimpotrivă, văd în „noul cosmopolitism" soluţia convieţuirii. Convergenţa tehnologică şi presupusa naturalizare a modelelor culturale, în numele ofertei globale de modernitate, nu pot evita conflictele de interese cu teritoriul-gazdă. Şi nici dizarmoniile cu arhitectura sistemului internaţional. Iar *multiculturalismul*, ancorat în zona ideologicului şi fluturat ca panaceu, se dovedeşte o vorbă goală cîtă vreme n-are suportul educaţiei multiculturale. Abia multiculturalitatea favorizează coexistenţa culturilor, cunoaşterea şi interpretarea lor – la nivelul comparatismului axiologic – din unghiul antropologiei culturale. Dincolo de efectele benefice ale unor programe şi acţiuni politice, lansate în societăţile de mare diversitate etnică, confruntate cu problematica imigranţilor, multiculturalismul sluşeşte, de fapt, doctrinei corectitudinii politice, dezavuată acum, la nivel instituţional, chiar în context american. Nu ştim dacă „zilele corectitudinii politice sînt numărate", cum afirma apăsat cineva (2, p. 90). Prin *Political Correctness* s-a ajuns, în conflict cu valorile tradiţionale americane, la eclectism şi totalitarism soft, politici de uniformizare şi consens manipulat: şi, mai ales, la supremaţia gălăgioasă a *drepturilor de grup* (*group rights*), implicit a identităţii de grup, noul tribalism erupînd prin protecţionismul minorităţilor agresive. Faptul că intelectuali de calibru denunţă „filosofia" corectitudinii politice ar trebui să dea de gîndit adepţilor de la noi. Şi dacă *intoleranţa progresistă*, propusă cîndva de H. Marcuse (vizînd

„educarea" majoritarilor) era prizată de contracultura anilor '60, deconstruirea libertății burgheze (văzută ca instrument de dominație) ne aruncă într-un relativism care dinamitează chiar valorile-reper. Plonjăm în haosmosul rîvnit de postmoderni. Acuzînd totalitarismul epocii luminilor, născînd o cultură hegemonică, teoreticienii de azi observă, pe bună dreptate, prin lentilă gramsciană (printr-un marxism reciclat, aşadar) că vechiul şi obsesivul determinism economic a devenit un insidios determinism cultural. Studiile serioase denunță „înşelăciunea diversității" (vezi 2) care, sub flamura colectivismului multiculturalist, aduce la rampă grupurile de putere, pozînd într-o marginalitate „fără voce" (*voicelles*), dictatorială, de fapt.

Iar globalizarea îşi vede de drum, fiind, deopotrivă, o realitate şi un proiect. Ascultă ea de logica managerială (*global marketplace*) sau a scăpat de sub (orice) control? Inițial, *mondializarea* (Theodore Lewitt, 1983) privea convergența piețelor, asigurînd, într-o lume concurențială, omogenizarea stilurilor de viață. Treptat, transnaționalizarea, departe de a se limita la sfera financiară, a impus reconstrucția instituțiilor internaționale sub semnul unei *pax americana* şi a provocat alertă identitară (vezi 4). Este indubitabil că ipoteza egalitarismului cultural (a relațiilor interculturale egalitare) nu stă în picioare, după cum tentativele de asimilare şi reducționism, de subminare a culturilor majoritare prin devalorizare nu pot rămîne fără replică. Cîmpul cultural este tensionat. Ideologia globalitară crede într-un numitor comun transnațional. Dar, sub ofensiva *Netwar*-ului, se perpetuează o lume asimetrică şi asincronă, cu responsabilități dizolvate. Pe de altă parte, *rezistența* la tăvălugul globalizării se manifestă, uneori, virulent, afişînd credința în





standardele culturii proprii (norme, valori), sfîrşind într-un etnocentrism inevitabil. Sau impunînd, ca proces invers, fragmentarizarea/parcelarea lumii printr-un interes excesiv, autonomizant, acordat comunităților religioase, ocupaționale, regionale; deci contraculturilor sau subculturilor ancorate în local.

Totuşi, globalizarea nu poate fi stopată. Întrebarea e dacă fenomenul va urma cu docilitate rețeta americană şi dacă „diabolizarea" Americii (devenită o superputere) va continua. Schițînd un răspuns, pe linia unor mai vechi preocupări (a se vedea *Ni Marx ni Jésus*, Laffont, 1970), Jean-François Revel decripta recent „obsesia antiamericană" (5), observînd că, de la vechiul binom invidie/dispreț, America pare a fi trecut – în ochii lumii – la o „animozitate decuplată". Ne îndoim că aşa stau lucrurile, îndeosebi în spațiul islamic. Oricum, J. F. Revel, preocupat să măsoare distanța dintre *viziune* şi *realitate*, era îndreptățit să noteze că ceea ce numim cultură de masă (cultură în sens „relaxat") nu cuprinde „totalitatea vieții culturale" (5, p. 196) şi nici nu atinge profunditatea, epuizînd „americanizarea"; după cum America, devenind „laboratorul mondializării liberale", îşi exercită voluntar rolul de lider, oferind soluții (nu toate bune, cum notează acid autorul). Rămîne de văzut dacă această *societate-laborator* (7, p. 32), un centru de putere cum au existat, de altfel, atîtea, fluctuînd, în toate epocile, remarcabilă prin capacitatea inovativă, va proba un *leaderschiph* profitabil sau ruinător. Fenomenul, atrage delicat atenția Revel, este deopotrivă politic şi cultural. De altfel, *rata occidentalizării* cunoaşte reacții diferite (respingere, kemalism, reformism, „auto-colonizare" etc.), şi afirmarea unei culturi globale, asigurînd dominația Occidentului, este văzută ca un nou tip de imperialism (6. p.

117), exercitat printr-un silenţios *control cultural*. Astfel, scena globală, sperînd într-o „asociere planetară", cunoaşte o omogenizare crescîndă la suprafaţă; în paralel, prin seducţia culturii occidentale, sîntem martorii unor „efecte colaterale" (6, p. 117), conducînd la stingerea unor culturi particulare. Ceea ce, indiscutabil, este un atentat la diversitatea culturală a lumii, motivînd şi răbufnirile etnocentriste.

Dar globalizarea se anunţă ca „destin implacabil" (7). Invazia electronică la care asistăm a configurat o „eră de masă" (*mass-age*), o lume media în mişcare (8, p. 11), nescutită de ceea ce s-a numit „eroziune electronică" (8. p. 156). Să fie, în acest context, supremaţia Vestului inatacabilă, asigurată pe termen lung? Ni se pare îndoielnic. Mai ales că actualul raport de forţe este în necurmată prefacere (iscînd alianţe imprevizibile), iar *ponderea demografică* a Occidentului a scăzut vertiginos (reprezentînd aproximativ 14% din populaţia lumii). Rolul de gardian al civilizaţiei (sau, mă rog, de „şerif planetar"), dincolo de costuri, ascunde pericolul maleficităţii dacă, în numele voluntariatului, îşi propune să conserve prin forţă ordinea actuală, aflată – se vede bine – într-un echilibru precar. Cîndva cercetările etnologice se centrau pe sublinierea diferenţelor culturale în societăţile exotice; azi, interesul pare a se fi deplasat spre evidenţierea fondului comun al *omului global* vs. *omul local*, în contextul unei confuzii care face carieră, echivalînd argumentul democratic (mediatic), de tip plebeu, cu cel cultural (elitar). Încît insidioasa presiune totalitară, antrenînd ofensiva subculturii (*pop culture*), relativizînd valorile, devine, în termenii lui Jack Goody, chiar „procesul de ştergere" a culturilor locale. Bazîndu-se, probabil, pe realitatea decalajelor, Sorin Alexandrescu respingea ipoteza „conspiraţiei" statelor puternice şi era convins că noi „nu sîntem aşa pînditi de globalizare". Ea bate însă la uşă! Alerta identitară are o solidă motivaţie, şi





îndreptăţit, credem, acelaşi Jack Goody vorbea despre *barbaria culturii globale*.

*

Devenind general-accesibilă, cultura s-a „revărsat" asupra societăţii, observă Douglas Kellner (9, p. 332). Ar fi interesant şi profitabil să urmărim despre ce cultură este vorba. Devenind piaţă, mediul cultural s-a extins incredibil, dar, pe de altă parte, după bătălia istorică (văzută de mulţi analişti ca un succes definitiv) cîştigată de Occident, provocînd colapsul comunismului, se cuvine să observăm că etaloanele occidentale sînt *în curs de universalizare*. Evident, ansamblul mediatic – devenind un invincibil mecanism ideologic – promovează în forţă această cultură. Mass-media, s-a spus, au devenit *arena vieţii sociale* şi judecătorul ei „public". În era comunicării, *satul planetar* suportă această globalizare mediatică. Atotputernicia media este indiscutabilă, devenind, iarăşi s-a observat (de mult), cele mai importante instrumente de manipulare. Ca vital canal de comunicare socială, mass-media se conştientizează pe sine ca forţă (6, p. 347), controlînd fluxul informaţional, arogîndu-şi rolul de „mînă invizibilă". Mai mult, pentru Alexandr Zinoviev, media este chiar „biserica occidentalismului" (10, p. 349). Se impune să stăruim asupra acestei constatări, nu fără a aminti că media, în ansamblu, constituie şi o prosperă întreprindere economică, această dublă condiţie întreţinînd/favorizînd un sistem pervertit de evaluare.

Pentru Zinoviev, preocupat de a descrie „fenomenul Occidentalismului" (tocmai în sensul *occidentalizării* lumii), esenţa rezidă în „a cuceri lumea pentru sine" (10, p. 436). Este de ordinul evidenţei că societăţile de tip occidental constituie azi *modelul* (rîvnit, impus, importat etc.), generalizarea lui consfinţind un triumf la scară planetară. Dar

confiscînd, astfel, şi „istoria care urmează" (10, p. 422). Ar trebui să ne întrebăm dacă acele state, înghesuite sub umbrela Occidentalismului, au reacţionat întotdeauna unitar sau dacă alinierea la o „directivă" e singurul lor răspuns posibil. „Cortina de fier" (recomandată de Churchill, în 1946) urma să blocheze penetrarea sovietică, şi toată perioada războiului rece a impus disciplina „de bloc". Tendinţa spre unitate a evidenţiat însă ideea (reluată stăruitor de Zinoviev) că integrarea nu este un bine absolut (10, p. 429) şi că, oricum, ea se desfăşoară conflictual, dincolo de „vitezele" diferite de evoluţie şi tipul de metabolism al fiecărei societăţi. Societăţile sînt amestecate, iar purismul este exclus. Însăşi „compactarea" omenirii este o idee occidentală şi ea sluje şte intereselor Occidentului, doritor a coloniza planeta. Motivaţia globală poate fi îmbietorul standard de viaţă (10, p. 325), însoţit – regretabil – de o devalorizare psihologică. Dar a vedea occidentalizarea doar ca misiune umanitar-civilizatoare, ignorînd motivaţiile ce ţin de sfera de interese strategice, la nivel geopolitic, ar însemna să privim lucrurile cu o vinovată naivitate. E drept, fenomenul occidentalismului ca motor al progresului atrage, voluntariatul se exprimă prompt, ispitit de argumentul abundenţei în drumul „spre suprasocietate", dar capacităţile dominatoare, chiar disimulate, răzbat. Sintagma lui Zinoviev, cel care vorbea iritat despre *o democraţie colonială*, a făcut carieră şi numeşte o evidenţă. Trebuie să înţelegem că globalizarea în spirit occidental înseamnă, firesc, o coexistenţă care implică ierarhia, structurarea verticală. Implicit, asumarea rolului de metropolă a imperiului mondial prin „americanizare". Tendinţa e slujită şi de neputinţele cadrului statal (devenit, brusc, „prea strîmt") pentru soluţionarea pachetului problematic. Occidentalizarea vine să sprijine zelul imitativ al unora, prompţi în a se alinia, inclusiv prin atentatul la „specific",





supunîndu-se „controlului cultural". Neajunsurile existenţei locale sînt vizibile prin racord planetar; dar, pe de altă parte, „eliberarea" de constrîngerile locale nu ne poate împiedica să observăm că viaţa noastră e, de fapt, *localizată*, în pofida nomadismului planetar, în ofensivă. Globalizarea, spun experţii, divide şi uneşte în egală măsură. A pune în discuţie rădăcinile fenomenului şi efectele lui sociale, departe de a fi unitare (cum explică Z. Bauman), înseamnă a descifra, pînă la urmă, noii parametri ai condiţiei umane. Adică segregarea spaţială clară şi comprimarea spaţio-temporală, decodarea sensului în absenţa controlului şi, mai ales, al dispariţiei centrului. Fiindcă tensiunea global/local indică o extrateritorializare a „centrelor de producţie a semnificaţiei", diluînd forţa decizională. Iar proiectul societăţii mondiale, construit pe ipoteza hegemoniei americane (avînd la îndemînă piaţa mondială), pleacă de la supoziţia că am intrat în epoca postrevoluţionară. Sau, în termenii lui Zinoviev, într-o *epocă postdemocratică* în care, acceptînd o nouă structură imperială, toate procesele principale se vor desfăşura în lumea occidentală şi sub controlul „occidentaloizilor". „Westernizarea", anunţată încă de Toynbee, nu pare a se crampona de morală. Tot Zinoviev, de altfel, privind la scara Istoriei, ne previne: „societăţi morale nu există" (10, p. 323). *Noua epocă totalitară* (prefigurată) obligă la o lucidă analiză, divulgîndu-şi contradicţia; pe de o parte, aroganţa super-puterilor (asumîndu-şi şi o povară financiară, în cazul SUA, ruinătoare – după noi – pe termen lung), pe de altă parte, reacţiile celor care încearcă să reziste, apărîndu-şi identitatea şi repunînd în discuţie conceptul (ofilit, blamat, spun unii) al naţionalismului, condamnat fără nuanţe, împovărat – prin etichetări mediatice – doar cu o repudiabilă conotaţie negativă. Există însă un naţionalism decent, străin de vigurosul fundamentalism, de puseele de xenofobie ori şovinism; oricum,

dependent de limbă şi „sufletul" etnic, predeterminînd un stil de producţie culturală (matrice stilistică) şi care, în replică la fenomenul delocalizării, invită la o adîncire în ideomatic. El nu se suprapune naţionalismului latent ori, cu atît mai puţin, celui „negociabil" (cum ar recomanda Ch. King). În faţa „suprasocietăţii globaliste occidentale", descoperindu-şi – şocată – propriile vulnerabilităţi, ceilalţi ori „se vînd" (aşteptînd recompense), ori îmbrăţişează hibridarea, ori rezistă, acceptînd rezonabila formulă a identităţilor concentrice (local, regional, naţional, global).

De fapt, fundalul hedonistic al epocii maschează virulenţa ei ideologică, descărcată mediatic sub ambalaje mincinoase. Marşul umanităţii spre un sens global (confuz şi difuz) şi-a găsit refugiul în supremaţia divertismentului. Anesteziată, ea pare a traversa o „euforie perpetuă" (Pascal Bruckner)[4]. Refluxul euforiei e denunţat de noul sindrom care bîntuie lumea vestică: *sindromul vulnerabilităţii.* Re-

[4] Acelaşi autor, atent la prăbuşirea ideologiilor, nota într-o carte recentă (vezi *Misère de la prospérité. La religion marchande et ses ennemis*, Grasset, Paris, 2002) că *economismul* (ca „ultimă spiritualitate") a devenit o „religie civilă" într-o *lume-cazinou.* Goana după superprofit, mercantilizarea vieţii, idolatria banului şi descumpănirea pe care o traversează omenirea împiedică sperata reconstrucţie a valorilor pe o „planetă financiară". Altruismul e strivit de egoismul feroce al celor puternici şi, în consecinţă, sensul comunitar se diluează. Implicit, grija pentru un viitor (comun). O altă observaţie a lui Pascal Bruckner merită, şi ea, tot interesul: dacă profitul e individual, *pierderile se socializează*, afectînd, prin consecinţe, întreaga umanitate. Dar inconştienţa pare a stăpîni această frenetică, sinucigaşă, pînă la urmă, cursă.





domesticirea lumii ar fi urgenţa momentului, cîtă vreme chiar planeta e primejduită. Globalizarea presupune un spor de responsabilitate, identificarea soluţiilor salvatoare, detensionînd focarele „tribaliste", nicidecum refugiul într-o globalizare mediatică narcotizantă, iresponsabilă, de fapt.

NOTE:

1. George Soros, *Despre globalizare*, Ed. Polirom, Iaşi, 2002, traducere de Silviu Lupescu.
2. Ovidiu Hurduzeu, „Antiamericanismul *corectitudinii politice*", în *Convorbiri literare*, nr. 12 (84)/2002, pp. 85-90.
3. Achim Mihu, *Sociologie generală*, vol. I, Ed. Napoca Star, 2002.
4. *Globalism şi dileme identitare* (perspective romîneşti), culegere de studii editată de Alexandru Zub şi Adrian Cioflîncă, Ed. Universităţii „Al.I. Cuza", Iaşi, 2002.
5. Jean-François Revel, *L'obsession anti-américaine*, Ed. Plon, 2002.
6. Achim Mihu, *Antropologia culturală*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002.
7. Zygmunt Bauman, *Globalizarea şi efectele ei sociale*, Ed. Antet, Bucureşti; traducere de Marius Conceatu.
8. Paul Levinson, *Marshall McLuhan în era digitală*, Ed. Librom Antet SRL, 2001; traducere de Mihnea Columbeanu.
9. Douglas Kellner, *Cultura media*, Institutul European, Iaşi, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă şi Liliana Scărlătescu, prefaţă de Adrian Dinu Rachieru.
10. Alexandr Zinoviev, *Occidentul – fenomenul occidentalismului*, Ed. Vremea, Bucureşti, 2002; traducere de Nadejda Stahovschi.

## *SINUCIDEREA AMERICII?*

„Simțim că o civilizație are
aceeași fragilitate ca și o viață."
(*Paul Valéry*)

Formulată tranșant de John Sielber, întrebarea dacă America mai poate fi salvată frisonează lumea vestică. Voci îngrijorate, pendulînd meditativ între cauze și soluții, denunță decăderea societății americane, în principal din pricina ignorării principiilor morale prin goana achizitivă și pragmatismul infuzat, setea posesiei devenind o stare psiho-ideatică. Și dacă moraliștii deplîng, în primul rînd, dezinteresul pentru educația tinerei generații, sedusă doar de mirajul bunurilor moderne (valorile occidentale devenind, după Zinoviev, un „sistem al tentațiilor"; vezi 1, p. 320), politologii privesc chestiunea la scară planetară. Judecînd la acest nivel, putem spune și noi, alături de „profetul" Emmanuel Todd, că SUA „sînt pe cale de a deveni o problemă în lume" (2), instituționalizînd o stare permanentă de război, o dată cu asumarea rolului de „șerif planetar", provocînd „rupturi" în dreptul internațional.

După destrămarea Imperiului Sovietic și dispariția hinterlandului, *lumea bipolară* a devenit o amintire. Politologii ne reamintesc însă că orice echilibru este rezultatul acțiunii simultane a două tendințe opuse. Cum opoziția de altădată s-a stins, lumea de astăzi este încercată de numeroase dezechilibre (parțiale și tranzitorii), și ele elemente necesare Ordinii Totale. În haosul epocii noastre, eforturile de redresare și reînnoire, numeroase și divergente, par a accepta un arbitru: *SUA*, ca unică superputere. În tentativa de a descifra ce ar putea fi viitorul, o nouă





opoziție își face loc pe axa politicii mondiale. Ecuația zilelor noastre ar fi: VESTUL și RESTUL. Potrivit lui Samuel Huntington, stăvilirea ascensiunii confucianismului și islamismului (firește, prin exploatarea divergențelor) indică drept sursă a conflictelor „ciocnirea civilizațiilor". *Liniile tectonice dintre civilizații* vor marca harta viitorului, sfidînd ordinea de azi. Între timp, faimosul comentator de la *Foreign Affairs* și-a mai îndulcit concluziile și față de articolul din 1993 (găzduit de pomenitul *Jurnal academic*, iscînd vîlvă), cartea consacrată „refacerii ordinii mondiale" (1996), ajustînd strategiile politicii americane, renunță la vechea infatuare și acceptă drept teză că *Occidentul este unic, dar nu universal.* Așadar, S. Huntington nu mai pune semnul egalității între modernizare și occidentalizare și, mai mult, observă că „ceea ce pentru *Vest* este Universalism, pentru *Rest* este imperialism". Atracția pentru valorile și civilizația occidentale se însoțește cu declinul capacității de a le impune, iar credința că modelarea ar fi posibilă prin forță, dincolo de imoralitatea ei, nu face decît să alimenteze amintita corelație: cea dintre universalism și imperialism. Rezultă că Occidentul, singur, nu reprezintă Civilizația omenirii; că modernizarea, chiar forțată, hibridînd valorile, nu poate ignora nici *teza coca-colonizării*, căzînd în ceea ce -- nu doar în deriziune – s-a numit „Magna Mac"; în fine, că lumea spre care ne îndreptăm, chiar invadată de infatuatul americanism, este departe de a fi sau de a deveni *omogenă.* Și, cum efortul de a promova civilizația occidentală drept civilizație universală dovedește, în paralel, și scăderea capacității de a o înfăptui, analiștii, ușor alarmați, iau notă de evidențe; se întinde „indigenizarea"! S. Huntington observă că, în societățile neoccidentale, nu opțiunile pro-occidentale garantează succesul electoral (am zice că dimpotrivă), după cum

mobilizarea populară (şi ea, vizibilă) contra elitelor (bănuite de prooccidentalism) ne aşază în faţa unei ciudăţenii: în lumea pluralistă, cea care stă să se nască, democratizarea intră în contradicţie cu occidentalizarea!

Evident, tezele lui Huntington sînt de dată recentă. Iar în „demonstraţia" noastră ne vom sprijini şi pe lucrări mai vechi, cum ar fi, bunăoară, cartea lui René Guénon, *Criza lumii moderne*, ivită în 1931. Să spunem, întîi, că autorul invocat priveşte din perspectiva „intelectualităţii pure" şi porneşte de la premisa că „Occidentul şi-a pierdut elita" (3, p. 178). Aşa fiind, el descoperă în haosul social al epocii sale, răscolită de eforturile nivelatoare şi fantoma egalitarismului, că ideea democratică, bazîndu-se pe forţa numerică, ar conduce tocmai la negarea elitei şi a rolului său director. Cum „adevărata elită este una intelectuală" (3, p. 136), asistăm la un proces substitutiv: inventarea elitelor false. Pe de altă parte, dezordinea mentală (obsesiv invocată), verbalismul şi utilitarismul „aproape instinctiv" (3, p. 147), orizontul terestru în care se mişcă şi valul ipocriziilor moraliste fac discutabilă mîndria modernilor de a fi atins un pisc civilizatoriu. Noi vom împărtăşi aceeaşi soartă (ca atîtea alte civilizaţii), ne previne Guénon; civilizaţiile ascultă de „legile ciclice" şi ieşirea din „vîrsta sumbră" (Kali-Yuga) ne îndreaptă spre „panta fatală" (3, p. 148).

Nu e oare nimic de făcut? Călăuzele noastre sînt „oarbe" (cum spune Evanghelia)? În antiteza Orient-Occident, blamînd tocmai „devierea" occidentală, filosoful francez vorbeşte de pierderi definitive şi „fantezii inconşistente" şi, mai ales, de





*spiritul antitradiţional* al Occidentului, cele două „realităţi" fiind văzute ca „moduri spirituale, şi nu entităţi geografice" (3, p. 55). Iar distincţie (adică diferenţă) nu înseamnă, neapărat, opoziţie. Ea se agravează însă tocmai prin triumfalismul tehnicist şi „barbaria materialistă", anunţînd „sfîrşitul unei lumi", purtînd pecetea satanismului. Iată de ce spiritul modern (ca fenomen exclusiv occidental) conduce la „retragerea" spiritului tradiţional, repliat tocmai spre a renaşte: iar dezordinea (generalizată) îl îndreptăţeşte pe Guénon să denunţe, într-un întreg capitol, „invazia occidentală", chiar dacă unii dintre contemporanii săi (precum H. Maussis) găseau că e mai nimerit să pledeze pentru „apărarea Occidentului", asaltat de „propagandişti orientali".

Dincolo de apropierea „diplomatică", născînd efecte iluzorii şi tratate inutile, rămîne neputinţa unui acord real; sau, mai exact, incapacitatea de a-l înţelege pe celălalt. Acordul asupra principiilor mută discuţia „pe teren pur intelectual", invitînd la coerenţă şi rigoare, descoperind – în pofida „devierii moderne" (pe care Guénon nu ezită să o califice drept diabolică) – fundamentele. Sarcina urgentă ar fi tocmai reconstituirea elitei. Poate ea să se formeze în Occident? Întrebarea lui Guénon nedumereşte (în cel mai fericit caz). Pentru cineva care judecă din perspectiva lui Guénon, acuzînd singurul ei sens de dezvoltare (exclusivismul materialist), evident că „naufragiul" actualei lumi nu e doar o profeţie neagră; după cum, transformînd progresul într-o „dogmă laică" (3, p. 125), Vestul nu ar trebui apărat, ci, dimpotrivă, reformat. O reformă a Occidentului înseamnă restaurarea tradiţiei; adică o apropiere de

Orient. Amintim în treacăt că, pentru Guénon, singurul depozitar al spiritului tradiţional ar fi catolicismul, apt să inaugureze o conştiinţă a Universalităţii; că latenţele sale ar putea reactiva „înţelegerea pierdută", inclusiv o corecţie de orbită. Oamenii, constată filosoful, nu mai sînt mulţumiţi de dezvoltarea *exclusiv-materială* a civilizaţiei moderne. Iar soluţia salvatoare ar fi, spuneam, *re-apropierea* de Orient. Reacţionînd împotriva spiritului modern, René Guénon se vrea doar un mediator între cele două lumi (pe care le cunoaşte, e drept, din interior). Denunţînd „eroarea spiritistă" ori degradarea spiritualităţii ezoterice, el acuză contrafacerile moderne şi cere, imperios, reintrarea Europei la un imprecis şi imuabil „spirit tradiţional". Evident, nu putem vorbi despre o discontinuitate absolută. După cum ideea „sfîrşitului lumii" nu îmbracă aici un sens total. Dar *La Crise du Monde moderne* trăgea (şi ea), într-un context crizist, un semnal de alarmă, arătînd cu degetul spre un subiect bătătorit: *decăderea bătrînei Europe*. Cartea lui Guénon conjugă perspectivele; avem, pe de o parte, istoria profană, conducînd la „solidificarea materialistă", animată de o evoluţie lineară, iar, pe de altă parte, istoria sacră, acceptînd ca o fatalitate teza degradării ciclice, cu fireştile degenerări şi regenerări. Încît *decăderea Europei* (o bănuială preexistentă cărţii lui O. Spengler) devine chiar o certitudine. Şi, astfel, Ortega y Gasset consacră în *Revolta maselor* un întreg capitol (al XIV-lea) chinuitoarei întrebări: *Cine comandă în lume?*, pornind de la premisa că hegemonia europeană s-a terminat. Cum migraţia centrelor de putere nu poate fi tăgăduită (chiar fără a invoca autoritar lecţiile „filosofiei istoriei"), eseistul spaniol constată o *schimbare de gravitaţie istorică*. Dincolo de spectacolul





firesc al popoarelor „mici" sau de realitatea „popoarelor-masă", cu zel copist, supremaţia Europei pare a fi apus. „Comanda" europeană a impus un stil de viaţă care defineşte strălucitor „vîrsta modernă". Iar vechile „insule de umanitate", fecundate tocmai de deplasarea capricioasă a centrelor de putere, se manifestau regionalist. Acum există condiţii ca influenţa autoritară să se exercite la scară planetară. Întrebarea de neocolit e lesne de bănuit: cine o face? Sau, mai exact, cine o poate face? Ortega y Gasset se încumetă să răspundă şi, pentru vremea lui, nu găseşte un aspirant la comanda lumii. Nu există „o umbră de înlocuit", scrie el, mîhnit. Sub „camuflaj istoric" vieţuind, atît Moscova, cît şi New York-ul nu sînt pregătite pentru acest rol. Să nu uităm, *La rebelión de las masas* apărea în 1930, şi spaniolul denunţa „pelicula de idei europene" (în speţă, marxismul) a unui popor în fierbere (în primul caz) sau tinereţea, asociată cu tehnicismul şi utilitarismul, valabile pentru americanism. Pentru moment, vieţuind prin „camuflaj istoric" (să nu uităm trecutul colonial la Americii), cei doi coloşi nu puteau aspira, aşadar, la comanda lumii – iată concluzia lui Ortega y Gasset. Şi nu puteau năzui la o tonifiantă „conştiinţă a conducerii". Dar, între timp, situaţia lumii s-a schimbat. Azi, *mondializarea* bate la uşa unui mileniu care abia a început. Accelerarea dezvoltării a spulberat iluzia stabilităţii, întreţinută de o evoluţie lentă. Redefinirea puterii e, şi ea, o cerinţă presantă, aducînd în prim-plan forţa economică şi reţelele financiare oculte. Iar globalizarea pieţii se asociază cu „internaţionalizarea" securităţii. Permeabilizarea frontierelor (după decembrie '89) înseamnă, regretabil, şi internaţionalizarea crimei organizate, a invaziei de violenţă şi sex şi, nu în ultimul rînd, a standardizării consumului cultural. O nouă cultură de masă, de dimensiuni planetare, supune global riscului

uniformizării prin terorism imagistic. Cultura „fără frontiere" nu înseamnă, în acest context, şi protejarea diversităţii culturale. Contaminarea (prin focarele de creaţie) se desfăşoară într-un singur sens şi glorifică oferta subculturală. Vechea trufie europeană, cea de a fi un focar la nivel mondial, cucerind lumea, se vede eclipsată de „inundaţia" americană, excitînd „noii" demoni: economicul, intoleranţa, violenţa.

Reamintim că eseistul spaniol acuza criza „credinţei europene" şi prăbuşirea încrederii în normele ei. Poate deveni Europa *o ultranaţiune*? Convieţuirea nutreşte un internaţionalism confuz. Şi, dacă acceptăm că naţiunea poate fi o limită (ciocnindu-se de propriile ei obstacole), a o decreta o existenţă consumată în numele unei mentalităţi (zisă europeană, ignorînd existenţa naţiunilor şi minimalizînd aportul cultural al altor zone) poate să instaureze un „şovinism continental" (nota, caustic, un analist). Dar, ca să fim drepţi, ceea ce numim o „mentalitate europeană împărtăşită" înseamnă – de fapt – o surdă rivalitate. Să nu ne iluzionăm că acel frumos îndemn de a ne trăi *împreună* identitatea a stins orgoliile etnice. Sau că identitatea europeană n-ar fi tensionată (cazul francofoniei în „duel" cu limba engleză). Ca să nu mai amintim că, altădată, Europa era reprezentată de o „trinitate" (Franţa, Germania, Anglia) şi că bătălia pentru supremaţie, mult mai subtilă azi, n-a încetat. Devitalizarea preceptelor europene, chestiune asupra căreia se bate multă monedă, nu este – nici ea – o demonstraţie încheiată, scutită de pasiuni belicoase. Iar *mentalitatea europeană* (avînd ca suport un mozaic etnic) nici nu poate invoca o rasă „pură" cîtă vreme aluviunile (influenţele externe), potrivit unor voci autorizate, ar reprezenta circa 80% din zestrea continentului. Încît demoralizarea ar





trebui vestejită; iar politica noastră „stătută", înfeudată diplomaţiei mioritice s-ar cuveni, credem, să abandoneze servilismul. În fine, ofensiva „propagandistică" românească e cu atît mai necesară cu cît vestul continentului pare dezinteresat şi nu se permeabilizează. Sub presiunea lobby-urilor, admiţînd că „naţiunea" se şi face (în sensul re-facerii imaginii), am putea lucra, în noul context imagologic, agitat – deopotrivă – de seismul mondializării şi de sectarismele etnice, la restrîngerea acestei necunoaşteri, conjugînd dorinţa deschiderii cu teza protecţionismului cultural, apărînd specificitatea. Popoarele, avertiza acelaşi Ortega y Gasset, au şansa „schimbării de distanţă", dobîndind – în timp, firesc, prin „mişcarea" opiniei publice – un alt „rang" istoric. Cu o condiţie însă, azi vitală: cea de a asigura o bună informaţie. Or, dacă eseistul spaniol refuza Americii interbelice rolul diriguitor pe motiv că „n-a suferit încă", în zilele noastre, profitînd şi de rivalităţile europene, mascate ori la vedere, SUA îşi exercită misiunea (autoimpusă) de „jandarm planetar". De prisos să adăugăm că succesul ei depinde şi de *puterea spirituală* pe care o poate dovedi contagios America. Altădată, Waldo Frank, pledînd pentru „redescoperirea Americii" (pornind, negreşit, de la premisa unei Europe agonice, fără a trece de la temeri la fapte), folosea drept argument-forte „puterea de guvernare". Culturaliceşte însă, „blocul" american, construit prin migraţii succesive, oferă stratificate „niveluri de alteritate". Ca să nu spunem că însăşi raportarea la tradiţie înseamnă, obsesiv, invocarea Europei.

Iar integrarea, reamintim, este, de fapt, *euro-atlantică*. Ceea ce îndeamnă la o examinare a raporturilor Europei cu America (SUA, bineînţeles). Vom fi de acord că rădăcinile culturii americane sînt

în Europa şi că aceasta, în viziune hegeliană, ca subiect al istoriei universale, poate cădea acum într-o „autoflatare dubioasă" (4, p. 190). Mai ales că, în contemporaneitate, raporturile s-au inversat, şi Europa, azi, pare o prelungire a iniţiativelor americane (4, p. 181). De unde şi virulenţa unor reacţii antinomice, vehiculînd o clişeistică ce împiedică o receptare corectă, fie caricaturizînd, fie exaltînd o Americă pînă la urmă fictivă. Impactul american, după implicarea wilsonismului (fluturînd teza atrofierii „economiilor naţionale") s-a izbit de gaullism, opunînd „măreţia naţională" şi rigiditatea frontierelor statelor-naţiuni. Dar o cultură, se spune, este sinteza mai multor culturi. Încît unii analişti, departe de a accepta segregarea lor (invocînd tradiţii civilizaţionale distincte), pledează pentru convergenţă. Este chiar cazul profesorului Andrei Marga, convins că nu putem vorbi despre două culturi distincte, ci despre o cultură euroamericană (4, p. 126), doar ideologiile „diversioniste" împiedicînd această recunoaştere.

Sub ofensiva culturii media, conducînd la globalizare, teza lui A. Marga pare credibilă. Dar un amendament (esenţial!) se impune. Planeta se „americanizează" tocmai prin această ofertă mediatică, impunînd un *transconsumerism* de suprafaţă, prin simbolistică (vizibilă şi accesibilă); cazul „mcdonaldizării", de pildă. E greu de crezut că aici sînt infiltraţii europeniste. Mai ales că Europa însăşi se simte „invadată", încercînd, timid, a lansa iniţiative de protecţionism cultural. Să ne amintim apoi că, încă de prin 1931, K. Jaspers, atent la incipienţa masificării, trăgea un semnal de alarmă, avertizînd – filosofic – asupra fiinţării umane private de specific şi





recunoscînd neputinţa şi dirijabilitatea masei: „Lumea pare a trebui să cadă în mîinile media". Ceea ce s-a şi întîmplat! Proporţiile manipulării s-au extins, şi un Michel Foucault (1975) considera chiar că nu trăim într-o societate a spectacolului (cum a fost definită *era mediatică*), ci într-o terifiantă societate a supravegherii. Totuşi, nu putem ignora faptul că rapida refacere postbelică a vestului european s-a realizat printr-o masivă asistenţă americană (Doctrina Truman, Planul Marshall, programul Fullbright). SUA au fost „principalul lobbist" în relansarea „Micii Europe" şi în unificarea ei, admiţînd aici şi observaţia – de neocolit – că pe acest teren au fost răspîndite valorile americane. Aşa cum şi „americanizarea" lumii se desfăşoară insidios, nu prin brutal tezism doctrinar. Dar n-au lipsit nici proiectele care încercau să ofere Europei rolul unui nou centru de putere. Să ne gîndim la misiunea mediatoare (între liberalismul american şi bolşevismul sovietic) pe care o propunea un Alfred Weber. Acest miraj al celei „de-a treia forţe" s-a spulberat însă, şi, pînă la urmă, Europa vestică, acceptînd sciziunea ideologică a continentului din vremea „războiului rece", şi-a regăsit – cu sprijin american – unitatea şi identitatea. Inutil să precizăm că acest ajutor a fost, în principal, motivat prin dorinţa de a contracara expansiunea sovietică.

De altfel, opoziţia *lume nouă/lume veche* „denunţa" relaţia de alteritate cu bătrînul continent, agitînd – prin multiculturalism – mitul consensului (S. Bercovitch), fortificat prin *excepţionalism.* Chiar aşa fiind, ar trebui să ne întrebăm (şi ar fi cazul să o facem responsabil) dacă *stilul american,* propagat frenetic, merită succesul planetar. Şi dacă nu, ce (şi cine) i s-ar putea opune?

Mai la începutul veacului trecut, o revistă de cinema titra că America e „singura țară care contează". Afirmația nu privea însă (doar) industria filmului. Între timp, sensibilitatea europeană pare a se fi împăcat cu „rețeta" americană, grijulie cu propria-i imagine (printr-o reclamă industrioasă). În fond, fobia insuccesului și *estetica blockbuster*-ului (cum numea Kent Jones „croiala" filmelor menite să asigure profituri peste suta de milioane de dolari) recunosc supremația pieței. Doar eticheta *marketable* (bun pentru piață) este veritabila ștachetă, iar „rezervația hollywoodiană" (un „vis pozitiv", corectînd viața) cheamă în sprijin blocajul mitologic. Acest ciudat aliaj, hibridînd pragmatismul feroce cu *irealitatea* nutrită de pulsații mitice, mai puțin interesată de articulațiile lumești, terorizată însă de fobia eșecului și amenințată, din toate părțile, de sentimentul alienării, „fac" *vulnerabilitatea* Americii. O Americă neîncercată de senzația ridicolului, trufașă și consumistă, violentă și performantă, sărăcind, de fapt, umanul. Ce poate fi *cultura de supermarket* dacă nu un progres al neobarbariei (cum numea Octavian Paler, „cu melancolie", acest șoc barbar), venit – e adevărat – dinlăuntrul civilizației. Imbecilizarea publicului se desfășoară triumfal. Moda americană dezvoltă, incontrolabil, mijloace alienante. Iar discuțiile despre *noul umanism* par a fi eșuat într-o interminabilă „sporovăială" umanitară. Este prea evident că, alarmată și îngrijorată, filosofia nu mai ține pasul. Că *teza celor două culturi*, „coexistînd schizofrenic" (cum scria E. Morin în *Metoda* sa, încercînd o revoluție paradigmatică prin „educație circulară"), nu face decît să evidențieze o criză multiformă. Că „marea paradigmă a Occidentului", disociativă, nedialogică, nu e capabilă să patroneze o schimbare de „peisaj mental" (*mind-scape*). Și că, în absența acestei schimbări, clivajul împiedică buna





„conversație culturală". Iar fără *reproblematizare*, „cultura științifică" nu va regăsi întrebările fundamentale și acel ideal comun de inteligibilitate, mulțumindu-se – în termenii lui Morin – cu o „interfecundare clandestină".

*

Considerată de unii analiști plauzibilă, chiar dacă rigidă, iar de către alții cel puțin îndoielnică, dacă nu depășită, *teza imperialismului cultural* (v. Herbert Schiller, *Mass Comunications and American Empire*, 1969) a fost reactivată. Evident, e vorba aici de americanizare; adică de un nou regim colonial care creează, prin „invazia electronică", un sistem comercial de difuzare și impune, prin vectorul consumismului, o dată cu internaționalizarea bazei economice, o nouă dependență. Procesul se desfășoară alert, pe fundalul globalizării comunicării, America încercînd o profilaxie la scară mondială, profitînd copios de colapsul comunismului. Dincolo de motivațiile consumiste, ipoteza „americanizării", secondată de o anemică „disidență" europeană (observa Derrida), este totuși discutabilă[5]. Se impune, întîi, corectivul

[5] Încercînd să tempereze fobia antiamericană, Jean-François Revel (vezi *L'obssesion anti-américaine*, Ed. Plon, Paris, 2002) propune o convingătoare pledoarie pentru întrepătrunderea culturilor și, pe acest temei, a progresului diversității culturale, războindu-se cu teza lui Jacques Chirac, după care mondializarea ar fi „laminorul culturilor". „Izolarea produce sterilitate", afirma răspicat eseistul (*vol. cit.*, p. 185), deplîngînd „ciondăneala confuză" în care a fost scufundată tema în numele unui *naționalism cultural*, atins de obsesia stingerii diversității. Îndemnînd, chipurile, la baricadare și uitînd că doar fecundarea mutuală a culturilor asigură reînnoirea lor și împiedică, astfel, *extincția*. Mai mult, exceptarea culturală (franceză) nu-și avea rostul, spunea Jean-Marie Messier; și, dacă patronul de la *Vivendi Universal*, citat cu plăcere, părea convins că „specificul cultural francez a murit", nici analiștii de la *Wall Street*

caracterului *transnaţional* al marilor corporaţii, subminînd hegemonia americană. Apoi, nici ideea integrităţii (purităţii) culturale nu stă în picioare. Mai degrabă receptarea devine azi un „proces hermeneutic de apropiere", crede John B. Thompson (5, p. 164), impunînd negocierea conţinutului simbolic şi, implicit, hibridarea culturilor printr-o adaptare (conflictuală) şi interdependenţă crescîndă. Nu putem nega inegalităţile de acces, înţelegere, utilizare şi, îndeosebi, faptul că „apropierea" produselor media, chiar purtătoare a unor conţinuturi simbolice globalizate, suportă, contextual şi hermeneutic, pecetea localului. Se refuză, astfel, sensul unidirecţional? Ca *fenomen localizat* (5, p. 166), activînd resursele simbolice, recepţia sfidează – prin transconsumerism – frontierele şi alterează sentimentul de apartenenţă. Dar disponibilitatea produselor şi a receptorilor favorizează chiar o socialitate mediată (5, p. 38), impunînd o *cunoaştere nonlocală. Omul local* trăieşte racordat la pulsul Planetei. Şi, din păcate, nu se poate sustrage dependenţei faţă de sistemul occidental de producere şi promovare a bunurilor, cunoscînd un expansionism fără precedent. Încît asistăm, se vede bine,

*Journal* nu gîndeau altfel, de vreme ce notau încîntaţi că exceptarea e „condamnată la eşec". În acest context, Jean-François Revel ironizează îndemnul la rezistenţă şi pretinsul rol francez (predestinate) de „mediator universal", considerînd că invazia anglicismelor nu depăşeşte rezonabilul prag de „folosire utilitară". Într-adevăr, cultura nu ţine cont de frontierele naţionale. Dar nu cumva americanii revendică rolul de *global players*? Dimpotrivă, ar zice Samantha Power (vezi *A problem from Hell. America and the Age of Genocide*, 2002), supărată că America „închide ochii" în faţa acestor pasiuni tribaliste, cultivînd inacţiunea, indiferenţa, expectativa: căzînd adică într-o „nepăsare vinovată". Aşa să fie oare?





la o difuzare globalizată şi o apropiere localizată (5, p. 167), noi fiind purtătorii unei Americi „interioare" (R. Debray).

Dacă, alături de Zinoviev, vom spune că orice cultură este un „mijloc de fixare a ideologiei" (1, p. 327), critica faţă de această insidioasă cultură media care „pătrunde" în noi prin ochi (Ignacio Ramonet), făcînd din planetă o piaţă, este vital necesară. Exportul triumfalist al modului de viaţă american, fie şi de suprafaţă, vehiculînd „formule frivole", înseamnă, negreşit, standardizare. Ceea ce implică distrugerea localismelor prin deculturalizare, în condiţiile unui public anesteziat, deloc sensibil la virulenţa rechizitoriului adresat infiltraţiilor culturii „yankee". „Încorporarea" materialelor simbolice *globalizate* prin hipnoza media a devenit o obişnuinţă; iar *fundamentalismul de piaţă* (G. Soros) a mercantilizat cultura, consfinţind „era standardizării". Fiindcă globalizarea, se ştie, *nu* se împacă deloc cu diversitatea.

Confruntată, la rîndu-i, cu o violentă *repolarizare*, America – ajunsă un „stat al bunăstării" – iniţiază o explozie culturală, condimentînd „calitatea vieţii". Unii denunţă falsitatea ei. Alţii atrag atenţia că disjuncţia cultura pentru mase/pentru clase (neo-elitism) înseamnă pervertirea gustului, tras în jos în „era mediatică". Că industria culturală încurajează pasivismul. Un A. Toffler cere, somativ, Europei să-şi revizuiască clişeele (6). Fiind o societate prosperă, America face din cultură „o problemă absolut cotidiană". Noul public, avînd bani, timp liber, educaţie, este vădit interesat de metabolizarea culturală, iar New-York-ul a devenit „capitala mondială a artelor"! În fine, nu lipsesc voci care deconspiră „legea gemului de zmeură" (cu privire la consumul cultural): cu cît se răspîndeşte mai mult, cu atît se subţiază! Într-un articol publicat în săptămînalul londonez *Tribune* (octombrie,

1945), George Orwell, cel care a folosit primul termenul „războiul rece", observa că „centrele de putere se împuţinează". Şi, dacă aproape cinci decenii lumea a trăit în bipolaritate, azi America nu are rival. Totuşi, *cine comandă în lume*?

Iată o avalanşă de probleme, convergînd unor chinuitoare întrebări: a bătut ora (planetară) a Americii? Actuala demonstraţie de forţă înseamnă şi supremaţie culturală? „Americanizarea" globului este un proces ireversibil? Aproape că îi dăm dreptate lui Shimon Perez, care. într-un interviu, mărturisea că nu îi este frică de arabi, ci, mai ales, de antenele parabolice (americane). Marginalizarea unor popoare (prin colonizare culturală), masificarea insului („înghiţit", pierdut, standardizat, împins spre un divertisment epidermic, golit de meditaţie) sînt consecinţe probabile. Îşi asumă America acest rol? Poate duce această povară? Nu va sfîrşi sufocată de proliferarea haotică a propriilor mijloace, trezind tardiva revoltă a „Restului"? Cine nu cade în „capcana" timpului scurt, cine judecă braudelian la scara istoriei (oferind bieţilor pămînteni atîtea lecţii inutile) va fi de acord că supremaţia Americii (care abia a început) nu poate dura la nesfîrşit. Nu ne consolează gîndul că nu vom fi martorii acestui gest sinucigaş. America, din păcate, este prima (şi, probabil, ultima) putere planetară. Iar consecinţele destrămării „visului american" nu pot fi locale.

NOTE:

1. Alexandr Zinoviev, *Occidentul – fenomenul occidentalismului*, Ed. Vremea, Bucureşti, 2002; traducere de Nadejda Stahovschi.

2. Emmanuel Todd, *Après l'empire. Essai sur la decomposition du système américain*, Ed. Gallimard, Paris, 2002.

3. René Guénon, *Criza lumii moderne*, Ed. Humanitas, Bucureşti, 1993.

4. Andrei Marga, *Filosofia unificării europene*, Biblioteca Apostrof, Cluj, 1995.

5. John B. Thompson, *Media şi modernitatea* (O teorie socială a mass-media), Ed. Antet, f.a.; traducere de Miruna Tătaru-Cazaban.

6. Alvin Toffler, *Consumatorii de cultură*, Ed. Antet, 1997, traducere de Mihnea Columbeanu.

## *CULTURA MEDIA – O SUBCULTURĂ?*

„Sociologii trebuie să se scoale devreme."
(*A. Touraine*)

Dacă torţionarismul ideologic rămîne, să sperăm, doar o neagră amintire, nu trebuie să uităm că ideologia nu poate fi redusă, propagandistic, la dominaţia de clasă, „decodificînd" relaţiile de putere. Iar fenomenul media, colonizînd timpul liber şi invitînd la o lectură a efectelor de manipulare, nu poate fi desprins, se ştie, de relaţiile de putere. Încît, pînă la urmă, în pofida aparenţelor seducătoare (pornind de la comercializarea vieţii, a erotizării universului publicitar şi a triumfului utilitarismului hedonist), ascultînd de „sirenele" consumerismului, o viziune adecvată asupra cîmpului cultural nu trebuie să ignore polaritatea dominaţie/rezistenţă şi, cu atît mai puţin, să refuze „lectura" lui politică. Astăzi, observa Pascal Bruckner (81, p. 146), prosperitatea a devenit propriul său idol înmulţind exponenţial şi artificial nevoile şi sărăcind viaţa. „Progresele supunerii" (R. Riesel) privesc această servitute voluntară, făcînd din *piaţă* „o patrie comună" (1, p. 126), vizînd, sub steagul prosperităţii, dezirabilitatea obiectelor şi slăbind legăturile comunitare. Cei care, de pe baricadele „desacralizării" capitalismului, au denunţat această ideologie mercantilă („funcţionînd" ca pulsiune sexuală), instaurînd – prin libidoul public – tiranica domnie a plăcerii, au sesizat că e vorba despre o gigantică manipulare. Tripleta excitare – inovare – mimetism, prin jocul seducţiei, oferă „noilor hipnotizatori" posibilitatea de a „ne coloniza pe furiş" (1, p. 62). O propagandă silenţioasă, aşadar, subjugînd





inconştientul colectiv, făcînd din posesie crezul contemporaneităţii. Nu e cazul de a reanima ethosul egalitarist de sorginte marxistă, dar nici nu putem ignora asimetriile lumii de azi. Mai mult, am putea spune, alături de acelaşi Pascal Bruckner, că nu „trăim cu toţii în aceeaşi epocă" (1, p. 164). Disparităţile, în epoca globalizării, sînt flagrante. Încît riscurile de a instaura *o societate de piaţă* sînt reale şi obligă la o înteţire a ceea ce unii au numit *studii culturale*. Ele se vor, evident, sinteze de teorie socială critică. A. Mathelard şi E. Neveu înţelegeau prin *cultural studies* o „nouă geografie academică planetară". Dincolo însă de eclectismul metodologic (îmbrăţişînd un corp de teorii de o varietate deconcertantă), dincolo de spaţiul academic impus de părinţii fondatori (să nu uităm, totuşi, influenţa lui Gramsci, a tezelor Şcolii de la Frankfurt), rămîne constatarea lui C. Baker că astfel de producţii teoretice devin o practică politică. Şi că aceste *cultural studies* nu sînt doar o convenabilă etichetă pentru o varietate de abordări, mulţumindu-se cu o virulentă critică de diagnostic. Douglas Kellner (2) şi atîţia alţii au văzut în studiile culturale o armă a criticii sociale. Caracterul lor contextual solicită articluarea unei teorii sociale, cercetînd modul în care media şi cultura pot fi transformate în instrumente ale schimbării sociale. În pofida actualei dezorientări, nebeneficiind de „conţinuturi şi terminologii unificate", aceste studii, investigînd toate formele de producţie culturală (instituţii şi practici comunicative), trebuie să protejeze şi să promoveze *dimensiunea critică*, punînd explicit în discuţie problema puterii, a politicilor culturale şi a nevoii de schimbare socială.

Ce s-ar putea însă schimba în lumea zilelor noastre? O lume care, am văzut, împinge sexualizarea publicitară în vampirizare, care transformă – prin exhibare şi erotizare *soft*

(J. Baudrillard, Fr. Brune) – persoana în obiect şi extinde, insidios şi periculos, economia de piaţă la scara întregii societăţi. Asistăm neputincioşi la o colonizare planetară. Şi, dacă teoria scoietăţii de masă poate fi respinsă acum cu argumente istorice, iar declinul ideologiilor totalitare e de necontestat, iată, paradoxal, speculînd asupra efectelor „narcotizante" ale mass-media, fragmentarizarea, atomizarea, localismul suportă presiunea aplatizantă a unei expansiuni fără precedent. Putem însă vorbi despre o cultură-model, cu o misie civilizatoare? Poate fi cultura un bloc omogen, un obiect de dominaţie? Putem uita de micro-culturi şi sub-culturi, de fenomenele culturale parcelare, identificînd strict cultura cu producţia elitistă? În fine, dacă gîndirea postmodernă a abandonat adevărurile referenţiale şi a pierdut credinţa în progres, refuzînd tendinţele „totalizatoare", esenţialiste şi iubind pulverizarea, mai poate fi vorba despre consens? Apoi, a clama obsesiv „distanţa culturală", dispreţul pentru vulg nu sînt doar presupuneri cu iz ideologizant, cîtă vreme ruptura dintre „cultura de elită" şi produsele mediatice, depreciate (de regulă), dar promovate privilegiat este vizibilă. Poate fi, oare, ne întrebăm, *capitalul cultural* un argument îndestulător pentru a aproba apartenenţa elitistă? Societatea mediatică a schimbat datele problemei. Lumea socială este descrisă şi chiar prescrisă de TV, arbitrînd accesul la existenţa socială şi politică. *A fi* înseamnă a fi în cîmpul mediatic sau, mai exact, înseamnă *a fi văzut* (3, p. 11). „Dominaţia jurnalismului" creează nu doar cîmpuri de producţie culturală, ci şi „constrîngeri ascunse", vizînd structurile şi mecanismele. Încît monopolul TV influenţează şi „creatorii de opinie" şi, în acelaşi timp, manipulează consumatorii de media, spaţiul public oferind şansa „marii difuziuni". Creşterea ponderii simbolice a TV urmează, inevitabil, „logica concurenţei pentru audimat" (3,





p. 6). S-a afirmat chiar că televiziunea periclitează viaţa politică şi democraţia, devenind un instrument de oprimare (violenţă simbolică). În acest context, ne putem întreba care este tratamentul mediatic aplicat elitei (elitelor). Va trebui să observăm imediat că prezenţa în acest „subcîmp", filtrînd realitatea, este astăzi chiar testul omologării, în sensul recunoaşterii de către consumatorii de media. Autoritatea TV construieşte bursa valorilor intelectuale. „Creatoare de putere", cum afirma Pierre Bourdieu, televiziunea instaurează un mecanism de dominaţie, cu cenzură şi structuri invizibile, sfîrşind într-un „plebiscit comercial". Concluzia este limpede: „Societatea de televiziune" creează realitatea; ea impune nu numai cererea, ci şi falsele valori, iar selecţia operată asigură notorietatea (adică *existenţa publică*). Această rîvnită putere de consacrare conduce, fatalmente, la exhibare narcisistă. Îndreptăţit, P. Bourdieu vorbea despre „intelectualul TV", care, doritor de spectacol, contaminat de elită, prin accesul la media vrea să-şi demonstreze (legitimeze) apartenenţa. Colaborarea cu media presupune, din partea elitelor, o sacrificare a standardelor. Ea este, negreşit, o preocupare democratică şi trebuie să satisfacă criteriile de accesibilitate. Mai mult, audimatul trăieşte sub sancţiunea pieţei şi elitismul devine, astfel, „impur". Cum instanţa ultimă de legitimare devine piaţa, se poate instala o *mentalitate-audimat* (3, p. 29); exhibarea narcisistă e dublată de o propensiune spre conformism politic, iar componenţii *elitei mediatice* devin o lume a intercunoaşterii, stăpînită de logica autoconsolidării, cum avertiza acelaşi Bourdieu (3, p. 33). Iată că puterea mediilor de informare încurajează „arbitrajul mediatic" (3, p. 70) şi în chestiunea elitelor, ceea ce impune, dincolo de mize şi interese, criterii de evaluare externă. E posibil ca personalităţile recunoscute, posedînd „capital specific", să

manifeste o înclinaţie spre rezistenţă, refuzînd magia TV. Dar, de regulă, comportamentul elitelor se mulează pe această seducţie, oferind *vizibilitate publică* (şi, implicit, recunoaştere). Poate că Bourdieu are dreptate: televiziunea deţine acum prea multă putere şi s-ar impune conştientizarea mecanismelor care generează abateri de la morală. Imposibil de eradicat, *elitita* exploatează tocmai aceste abateri într-o societate a spectaçolului şi înţelege că elitele mediatice fac legea, condiţia primă fiind, cum spuneam, *vizibilitatea socială*. Sînt oare, neapărat, *elitele mediatice* veritabile elite? Şi dacă violenţa simbolică a jocurilor democratice mizează pe seducţie, *donjuanismul politic* (necesar oricui se angajează în viaţa politică, dorind a cuceri electoratul) face loc unui alt fel de donjuanism, flatînd „marele public". Încît, paradoxal, elitismul de altădată, impunînd distanţa cerută de excelenţă, abdică de la „invizibilitate", subordonîndu-se acum „arbitrajului" TV. Care, se spune (şi nu fără temei), încurajează masiv *deculturalizarea*, îndeosebi prin *modelele de identitate* vehiculate. Nu e un secret că această cultură media rămîne o sursă de mode şi modele culturale (2, p. 314), jucînd azi un rol major în construirea identităţii. Să ne amintim de revolta contraculturală a anilor '60, de nonconformismul afişat şi de atitudinea subversivă, întreţinînd un lung conflict, reluat de generaţiile care vin din urmă. Iar implicarea criticii în pedagogia media e cu atît mai necesară acum, cînd societăţile moderne (postmoderne) sînt, prin excelenţă, mediatice. Deoarece conexiunile interdiscurive, în spirală expansionistă, s-au multiplicat, iar configuraţiile socio-culturale, implicînd mediul receptării, dar şi ritmurile alerte de consum, sînt în necurmată prefacere, conceptele de altădată (macroconceptul de *clasă*, de pildă) par a deveni – ne avertizează analiştii – inoperante; ca şi iluzoria „independenţă" a publicurilor (vezi John





Fiske), studiile culturale promovînd, prin noile problematici, identităţi diferenţiate (diviziuni sociale, rasă, *gender* etc.). Oricum, este limpede că fenomenul cultural rămîne un tensionat şi disputat cîmp de luptă pentru dominaţia ideologică. Cultura nu există în afara raporturilor de putere, ecuaţia presupunînd polarizarea agenţilor în taberele tradiţionale: hegemonie şi rezistenţă. Pentru un C. Baker, în descendenţă marxistă, *cultura este ideologică*. Şi, dacă interferenţa practicilor culturale cu relaţiile de putere (T. Bennett, 1992) nu poate fi escamotată, să mai observăm că, prin dimensiunea lor explicit politică, se „naturalizează" ordinea socială. Este limpede că aşa-zisa neutralitate a valorilor consensuale maschează interesele grupurilor dominante; dar e vorba aici de asumare, nu de coerciţie. E drept, interesele selective apar şi se impun ca generale, reproducînd inegalităţile puterii sociale. Cum spuneam, hegemonia se naturalizează (J. Hartley), intră în ordinea firescului, iar rolul media, ca „practică semnificatoare", serveşte eficient acest proces. Mass-media, spunea Stuart Hall (1982), *definesc, nu reproduc realitatea*. Teoriile hegemonice se strecoară insidios în conţinuturile distribuite prin mass-media, penetrînd ţesutul social, dar asimilarea valorilor dominante, prin conjuncturile receptării, e gardată de „rezistenţă" şi conduce la proliferarea *discursurilor critice*. Din fericire, vechiul speculativism filozofard face loc cercetărilor sociologice, inventariind – în ramă contextuală – „capcanele" hegemonice ale fluxurilor culturale, sistemele de semnificare ale subculturilor cu mesaj contestatar, virilitatea contraculturilor (de regulă, politizate), în fine, consumul cultural generalizat. Poate fi vorba, ne întrebăm, de o rezistenţă în afara industriilor culturale, întreţinînd o înaltă presiune hegemonică? Sau de apariţia mass-media alternative, contra-hegemonice? Oricum, centralitatea

discursului mediatic în societatea contemporană atenţionează asupra uriaşei responsabilităţi sociale. Cultura media, abdicînd de la standardele culturii înalte, pare a fi un trafic cu sens unic, obligînd la o absorbţie pasivă, stimulînd egoismul şi conformismul pe fundalul zgomotului informaţional al epocii. „Prizonieratul" media, transformîndu-ne în *consumatori* (masă amorfă), atenuează pretinsul rol de negociatori; deşi reacţiile subculturale (activităţi, stiluri, ritualuri), îmbrăţişînd chiar un aspect spectacular în interiorul culturii-mamă, provoacă relaţii conflictuale în adjudecarea spaţiului cultural (prin impunerea identităţilor subculturale). Să observăm însă că aceste relaţii de rivalitate sînt şi inegale, încît controlul asupra cîmpului cultural (avînd în *media* o forţă de mediere) priveşte în mai mică măsură suportul axiologic. Fără riscul de a greşi, putem afirma, în chip concluziv, că aceste răspunsuri simbolice concurenţiale întăresc o veche şi alarmantă constatare: *cultura media* rămîne o cultură medie, o sub-cultură, de fapt, adevărata cultură de masă a epocii noastre. Epocă, să nu uităm, care o universalizează în cadrele apocalipsei masificării prin industrializarea produsului cultural şi generalizarea consumului (prin abundenţă şi accesibilitate).

Iată, aşadar, că proiectul unei noi civilizaţii, depăşind „senilizarea societăţii industriale" (4, p. 32), se dovedeşte traumatizant. Alienarea prin consum, vizînd „luarea în posesie totală a fiecărui individ", nu e o jonglerie ideologică; o mitologie simplistă (conducînd la reinfantilizarea publicurilor) cîştigă teren, anunţînd ivirea unui „totalitarism perfid" (Zinoviev). Sau a unui *super-colonialism* în care civilizaţia surclasează cultura, avînd în *mass-culture* un agent de o agresivitate infailibilă. Divertismentul, repetăm, e chiar supra-ideologia vremurilor noastre. Iar invazia produselor populare, ţinînd de o





ideologie implantată, nivelatoare, consumeristă, stîrneşte îngrijorarea. Voci alarmate denunţă, în acest comerţ electronic global, riscul pierderii identităţii în jocul mondial, dar şi „prăpastia digitală", ignorată cu seninătate de „poeţii globalismului" (A. Toffler). Indiscutabil, interesul pentru „depresiunea viitorului" nu poate fi mimat iresponsabil; iar egoismul „de generaţie" se cuvine eliminat. Fiindcă starea de *eco-spasm* este mult mai mult decît o problemă economică (4, p. 84); ea anunţă nu doar prăbuşirea civilizaţiei industriale, ci chiar probabilitatea încheierii aventurii umane. Sub stindardul *revoluţiei consumeriste*, corul globalizant ne sugerează că această *cultură media* este, fatalmente, „destinul şi ambientul nostru". Dar *reorientarea senzorială* pe care o profeţea un McLuhan (1962), apostolul erei electronice, fluturînd metafora satului planetar, ascunde uriaşe riscuri. Fiindcă *noul tribalism*, manifest într-o lume „mai mică", agravîndu-şi asimetriile, de o formidabilă mobilitate, impunînd o altă percepţie spaţio-temporală, este un *tribalism anomic*. Iar generalizarea unor stiluri de viaţă şi modele culturale, avînd ca vehicul (tăvălug nivelator) tocmai stigmatizata cultură media, sărăceşte lumea prin uniformizare. Ne putem împotrivi reţelelor globale de producţie, de consum şi de comunicare?

La această avalanşă de întrebări abia schiţate, nu soluţiile trecutului sînt răspunsurile aşteptate. Trebuie, în primul rînd, acţionat pentru a ne smulge din plasa confuziilor în care e prinsă realitatea vizibilă. Sociologii au tras, repetat, semnale de alarmă; fiindcă ei, vorba lui Alain Touraine, „trebuie să se scoale devreme". Oricum, mai devreme decît alţii. Dar asta nu ajunge.

*

Ultimul secol a impus conceptul sociologic de *masă* oferindu-i „vizibilitate" istorică. El, bucurîndu-se de o spectaculoasă carieră, are – din unghiul de vedere care ne preocupă aici – un numitor comun: *consumul*. Ca şi conglomerat amorf, favorizînd tocmai indistincţia indivizilor, termenul în discuţie se defineşte prin eterogenitate, evidenţiind realitatea societăţii de masă (chiar dacă, prin reţelele comunitare, societatea postmodernă pare a se de-masifica). În consecinţă, declinul comunităţilor organice a impus apariţia culturii de masă. Sub aparenţa unui peisaj cultural omogen, desoperim cu uşurinţă multiplicarea sub-culturilor, diferite categorii sociale împărţindu-şi cîmpurile culturale.

Aşa fiind, ne putem întreba dacă „spiritul mass-media" este compatibil cu însăşi cultura. Antagonsimul dintre cultură şi televizor a fost denunţat de mult (şi de mulţi!), P. Bourdieu lansînd chiar sarcastica formulă de teleintelectuali! Oricum, raţionamentul de uz obştesc incriminează mesajul mediatic ca fiind uniformizant, flatînd gustul jos cîtă vreme cultura, dimpotrivă, e centrată pe individ şi vizează densificarea lui axiologică. Or, supravalorizarea divertismentului, avînd drept „argument" motivaţia consumistă (acel „spontaneism populist"), conduce la intensificarea jocului concurenţial. Implicit, la redefinirea TV publice, prinsă în plasa unor căutări haotice, întreţinînd confuzia şi ignorînd cercetările sociologice. Iar studiile de audienţă infirmă că divertismentul ar reduce nevoia de informaţie sau că emisiunile culturale pretind un pulbic special, neapărat elitar.

Realitatea ne dovedeşte că acest public se recrutează din toate straturile sociale. Oricum, începînd din anii '80, piaţa televizuală impune un nou stil comunicaţional. O etapizare propusă de Ioan Drăgan evidenţia că, după modelul





paternalist al anilor '50 (ţinînd acum de „paleo-TV"), favorizînd cultura dependenţei şi faza TV ca serviciu public (invocînd echidistanţa, independenţa, pluralismul, echilibrul), modelul consumist-publicitar, agresiv impus de televiziunile private, ascultă doar de logica audimatului şi îşi propune maximizarea audienţei. Acest model, generalizat cu repeziciune, preluat fără discernămînt, defineşte tocmai „noul stil".

Evident că ceea ce numim cultură mediatică se pliază noului stil comunicaţional. Cultura de masă scapă de „poliţia" gustului, şi disprețul umanist al *inteligheţiei*, care deploră invazia, nu este un răspuns eficient. Aristocratismul şi filistinismul „cultivaţilor" nu vor stăvili această ofertă (izbitor subculturală!), inevitabil eclectică, cosmopolită prin vocaţie şi planetară prin extindere. „Rezistenţa" clasei intelectuale este o palidă replică, iar îmbibarea societăţii postmoderne cu această *mass-culture* zdruncină autoritatea tradiţiei şi ne transformă în sclavii futilităţilor, cultivînd cu frenezie actualul şi superficialul. Cultura de masă, observa, cu decenii în urmă, E. Morin, este în imersiune istorică şi sociologică. Ea, dovedind o vulgaritate însetată, doreşte recunoaşterea, validarea unui *standing* şi se bucură de toate achiziţiile tehnologice, fiind – din acest punct de vedere – evolutivă. Cultura de masă penetrează toate ţesuturile organismului sociale şi spulberă orice graniţă; nu mai putem vorbi despre o discontinuitate între artă şi viaţă, afirma Clement Greenberg.

Cum spuneam, Televiziunea – ca partea cea mai reprezentativă a postmodernităţii – este şi cea mai vinovată de calitatea ofertei mediatice. *Cultura televizată*, în goana după audienţă, sfidează protecţia educaţională. Cei „4S" (sînge, sex, senzaţional, spectacular), sfîrşind în derive porno şi violenţă inflaţionară, n-au trezit (încă) reacţiile societăţii

civile. Firește, nu ne referim la cele în plan legislativ (sancțiuni administrative). Societatea, se pare, e nepregătită, incapabilă să se protejeze, cîtă vreme lipsesc tocmai reacțiile socio-culturale, garantînd legitimitatea publică. Iar opiniile, se știe, sînt împărțite; unii cred că prin acest teleconsum cultural efectul cathartic e real, asigurînd terapia frustrărilor individului. Alții, dimpotrivă, trag un (tardiv?) semnal de alarmă, evidențiind efectul stimulativ prin amplificarea violenței reale. Dincolo de controversele de bibliotecă, ne izbim de consecințe reale: explozia delincvenței, invazia simulacrelor, a pseudoculturii și pericolul ca televiziunea – oberva tot I. Drăgan – să ne livreze o *realitate prescrisă*. „Masa planetară" (cum se exprima E. Morin în *L'esprit du temps*, 1962) este dincoace de bunăstare, iar inegalitatea dezvoltării se agravează, insinuînd o „tensiune preapocaliptică". Și dacă un J. Baudrillard, sesizînd procesul de „derealizare" (falsificînd realul), incrimina forța manipulatorie și asaltul incetitudinilor, alții (precum Pierre Lévy) resping catastrofismul profețit de astfel de scenarii și văd în gîndirea virtuală doar o banală continuare a hominizării, *cosmopitecul* survolînd alte spații.

Departe de astfel de prognoze, apocaliptice sau euforice, ancorînd discția în prezent, se cuvine să observăm cîteva tendințe reale:

- *apariția imperiilor mediatice*. E vorba despre firmele multinaționale, în goană după profit, confirmînd accentuarea inegalităților globalizării informației și ale comunicării;
- *extinderea „jurnalismului de piață"* (Serge Malini), ceea ce presupune o coborîre a standardelor, o dată cu obsesiva preocupare pentru senzațional și accesibil;
- *exportul unui mod de viață* (cel american) sub alibiul unei rațonalități tehnice. Această hegemonie este





precară culturalicește. Or, cultura mass-media, prin vectorul americanizării planetei, are tocmai extensie planetară. „Cultura Coca-Cola", seducînd mulțimile și trezind îngrijorarea culturilor mici prin acest tăvălug uniformizant. Globalizarea *exclude* închiderile culturale și economice. Teama culturilor mici nu e o invenție; riscăm ca, în locul unei civilizații a diversității, să ne instalăm într-o unică civilizație a divertismentului.

NOTE:

1. Pascal Bruckner, *Mizeria prosperității*, Ed. Trei, București, 2002; traducere de Vasile Zincenco.
2. Douglas Kellner, *Cultura media*, Ed. Institutul European, Iași, 2001; traducere de Teodora Ghivirigă și Liliana Scărlătescu.
3. Pierre Bourdieu, *Despre televiziune urmat de Dominația jurnalismului*, Ed. Meridiane, București, 1998.
4. Alvin Toffler, *Raport despre Eco-spasm*, Ed. Antet, București, 1996; traducere de Mihnea Columbeanu.

225726/2005
Bibl. Jud. din Bacău
Cota II 37010

GLOBALIZARE ŞI CULTURĂ MEDIA

*Redactor: Gheorghe Drăgan*
*Tehnoredactor: Cristina Aifiimie*
Bun de tipar: 2003 • Format 1/16 (54 × 84)

INSTITUTUL EUROPEAN •
Iaşi, str. Lascăr Catargi 43 • C.P. 161 • cod 700107 •
Tel. Difuzare: 0788/319462 • Fax: 0232/230197 •
eurocdit@hotmail.com •
www.eurocinst.ro •

152

16,00 Lei

„Mass-culture (sau „a treia cultură"), ca echivalent cultural al societății de masă, înseamnă „a doua colonizare" (Edgar Morin). Pornită ca un masiv curent în S.U.A., ea s-a aclimatizat pretutindeni și, prin industrializarea spiritului, prin introducerea vieții particulare în circuitul comercial creează „o ciudată noosferă". Ea, nota același Edgar Morin (în 1962!), tinde să corodeze celelalte culturi, cărora li se adaugă; am zice că tinde chiar să le înlocuiască. Chiar E. Morin părea a fi de acord cu această supoziție de vreme ce recunoștea că *mass-culture* este „prima cultură universală din istoria omenirii".

Din cuprins:

- Ce este cultura media?
- Comunicare și manipulare în societatea mediatică
- Postmodernism și postmodernitate
- Globalizare și neo-tribalism
- Cultura media – o subcultură?

9 789736 112614
www.euroinst.ro

INSTITUTUL EUROPEAN